

ВВЕДЕНИЕ

Виртуальное общение стало одной из основных форм коммуникации в современном обществе. С активным развитием интернет-технологий, появлением новых возможностей для доступа в интернет даже в самых отдаленных уголках мира, виртуальное общение перестало быть категорией научной фантастики, став обыденной реальностью.

Однако динамичное развитие общения в виртуальном пространстве принесло с собой много сложностей и проблем. В частности, речь идет о проблеме безопасности личности, ее комфорте и здоровье, как физическом так и психическом. С развитием новой техники, популяризацией различных платформ социального общения появились и новые сложности и риски. Психологи стали говорить о развитии новых форм зависимого поведения, связанных с доступностью гаджетов, интернет-соединения, виртуального общения. Появились новые формы преступности – киберпреступность, теперь для похищения средств грабителям не приходится нападать на людей с ножом – достаточно хорошо разбираться в компьютерных технологиях и можно красть деньги прямо с банковских счетов.

Одной из таких серьезных проблем стала проблема трансформации межличностной коммуникации в виртуальном пространстве. Современные дети попадают в социальные сети раньше, чем начинают выстраивать активные социальные контакты со своими сверстниками. Молодые люди чувствуют себя в виртуальной среде комфортно, однако проблема в том, что общение в социальных сетях происходит на основе спонтанно складывающихся норм общения, часто далеких от норм общения в реальной жизни. В результате в сознании современного молодого человека виртуальное и реальное общение тесно переплетаются и выливаются в неумение выстраивать коммуникацию в реальном времени. Многим проще

высказываться на формах, в блог-постах, чатах, чем сказать то же самое в лицо или озвучить свою мысль со сцены.

Исследователи отметили заметное обеднение словарного запаса, снижение скорости мышления, невозможность выражать свои мысли развернуто. Молодое поколение говорит сокращениями, общается символами, однако это создает определенные сложности в жизни вне виртуального пространства и социальной сети. Необходимо изучать особенности межличностной коммуникации в этом пространстве, чтобы прогнозировать и предотвращать негативные аспекты развития данных форм общения, поскольку уйти от них становится просто невозможно.

Объект дипломной работы – межличностная коммуникация.

Предмет дипломной работы – особенности межличностной коммуникации в виртуальном пространстве.

Цель дипломной работы – проанализировать особенности межличностной коммуникации в виртуальном пространстве.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть понятие межличностной коммуникации;
- рассмотреть влияние интернета на межличностную коммуникацию;
- выделить проблемы межличностной коммуникации в интернет – пространстве;
- провести прикладное социологическое исследование методом анкетирования для выявления особенностей межличностной коммуникации в виртуальном пространстве современной молодежи на примере студентов ТвГТУ;
- сформулировать рекомендации по разработке правил и норм этикета виртуального общения для современной молодежи в интернет - пространстве.

При написании дипломной работы были использованы такие научные методы как анализ, синтез, обобщение, классификация, выдвижение гипотез.

При проведении социологического исследования был использован метод анкетирования, выборочный метод, методы описательной статистики.

Понятия «межличностной коммуникации» рассматривали такие авторы как: В.Д. Аброськина [1], Ю.А. Благов [7], А.Н. Гулимова [13], Е.С. Жерихов [16], Г.Г. Почепцов [19], В.В. Козлов [24], Е.Б. Перельгина [35], П. В. Журавлев [17], В.Б. Алексеенко [3], Е.Б. Перельгина [35], А.В. Прохоров [38], Е.М. Ястребова [44], Т.А. Лапина [26].

Средства межличностной коммуникации широко доступны у: А.А. Клименко [23], М.А. Макаrenchенко [28], А.С. Есипов [7], А.Н. Чумиков [26], В.Б. Алексеенко [3], О.С. Виханский [8], Р. Гэлэгер [15], О. Алехина [4], Б.Р. Гарвард [11], А.Н. Гулимова [13], Е.М. Ястребова [44], Д.В. Львов [27], В.В. Козлов [24], Т. Баландина [5], А.А. Вязанкина [9].

Проблемы межличностной коммуникации рассмотрены в работах: А.Ю. Мешков [31], Д. Оливер [34], Т.Б. Иванова [20], О. Татарников [25], Т. Персикова [36], А.В. Прохоров [38], Т.В. Хачатурова [42], Е.М. Ястребова [44], А.А. Клименко [23], Ю.А. Благов [7], Р. Гэлэгер [33], Б.Р. Гарвард [11], Е.С. Жерихов [16], Т.Б. Иванова [26], Д.В. Львов [27], Е.Б. Перельгина [35].

Работа состоит из введения, двух глав и заключения. В первой главе описывается определение межличностной коммуникации, сущность и виды. Так же рассматриваются средства межличностной коммуникации молодежи в Интернете и определяются проблемы.

Во второй главе описываются результаты проведенного исследования особенностей межличностной коммуникации в виртуальном пространстве современной молодежи (на примере студентов ТвГТУ) и сформулированы рекомендации по повышению культуры виртуального общения современной молодежи в интернет-пространстве.

1. МЕЖЛИЧНОСТНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

1.1 Понятие межличностной коммуникации

Большую роль в становлении и развитии этих способностей играет межличностная коммуникация. Люди с момента своего рождения включены в процессы общения, это одна из первых форм деятельности, которую ребенок осваивает в процессе социализации. Социальная среда воздействует на индивида точно так же как и среда физическая. Более того, подобно тому, как это делает физическая среда, общество не просто влияет на людей и их группы, но и принуждает их к принятию определенного образа жизни, конкретных социальных представлений и ценностей, повседневных норм и правил поведения, возлагает на них бесконечное количество обязанностей [33, с. 99–104].

Понятие коммуникация происходит от латинского communication – обмен, связь, разговор. У себя в работах ее рассматривают такие авторы как В.Д. Аброськина [1], А.Н. Гулимова [17]. Коммуникация – процесс, с помощью которого осуществляются и развиваются все многообразные человеческие взаимоотношения; символы и знаки, а так же средства для их передачи в пространстве и сохранения во времени.

Явление, обозначаемое ныне понятием «коммуникация», существует столько, сколько существует жизнь на земле. Данные многих наук свидетельствуют о том, что с возникновением жизни на земле существовало бессознательное общение живых существ, в процессе поиска источников воды, пищи и их добывания, и с появлением человека – сознательных трудовых действий, производства потомства, защиты от врагов. Коммуникация, таким образом, является процессом ряда аудиовизуальных

действий, направленных в самом общем смысле на сообщение, событие всего живого на земле.

Межличностная коммуникация хорошо определена в работе Г.Г. Почепцова. Межличностная коммуникация – это процесс одновременного речевого взаимодействия коммуникаторов и их воздействия друг на друга [50].

Для межличностной коммуникации характерен ряд особенностей, которые составляют ее специфику как типа коммуникации:

- неотвратимость и неизбежность межличностной коммуникации объясняются самими условиями человеческого бытия – человек как социальный феномен не смог бы существовать без общения, которое является его важнейшей потребностью;

- необратимость межличностной коммуникации понимается, как невозможность уничтожить сказанное («слово не воробей»);

- непосредственная обратная связь является непременным условием осуществления межличностной коммуникации;

- межличностные отношения – определяющий фактор в поэтапности процесса межличностной коммуникации. Эти отношения складываются в результате деловых и творческих контактов – официальных и неофициальных, в результате способности людей эмоционально воспринимать друг друга. Следует подчеркнуть, что наряду с психологическим и социальным факторами, большую роль в межличностных отношениях играет эмоциональный фактор;

- многоканальность является специфической чертой актуализации межличностной коммуникации. Именно при межличностной коммуникации возможно одновременное использование нескольких каналов передачи и восприятия информации – можно не только слышать и видеть собеседника, но и дотронуться до него рукой, уловить запах, который может сообщать

дополнительную информацию о партнере, оценить дистанцию между собой и партнером как показатель межличностных отношений.

Попытки смоделировать процесс межличностной коммуникации предпринимались не раз на основе различных подходов к пониманию ее сущности и функций. Сложность моделирования объясняется и тем, что межличностная коммуникация актуализируется в различных формах. Это может быть беседа – непосредственная коммуникация или опосредствованная (через использование различных технических приспособлений или через письмо). Межличностная коммуникация может осуществляться в форме интервью, дебатов, публичных или судебных слушаний. Это так называемые структурированные формы, каждая из которых имеет свои особенности, обусловленные специфическими функциями и коммуникативной ситуацией [23, с. 199–204].

В структурных моделях в качестве обязательных компонентов обычно выделяются следующие: кто передает информацию (отправитель), что передается (содержание информации), кому передается информация (получатель), каким способом передается информация (канал), обратная связь (непосредственная или опосредованная).

В описательных моделях выделяются еще два компонента – результативность коммуникации, а так же ее ситуативная обусловленность, которую можно определить как окружение, число участников, временные и пространственные характеристики и т.п. Первый компонент не всегда поддается объективному определению, поскольку результативность для каждого коммуниканта может иметь свою оценку. Сложно определить и место обоих компонентов как составляющих модели, так как их связи с базовыми компонентами неустойчивы и разнонаправлены [42, с. 99].

В объяснительно-функциональных моделях внимание обращено главным образом на актуализацию межличностной коммуникации как процесса. Основными компонентами являются механизмы, которые

управляют процессами, например, восприятия и понимания информации, воспроизведения информации, обработки информации партнерами и др. В описательной части модели дается перечень основных механизмов и целых блоков необходимых знаний; в графической форме модель представляет собой сложную схему связей между этими механизмами и блоками.

Например, модель аналитико-синтетической обработки информации партнерами в процессе общения включает 31 компонент, среди которых выделяются специфические механизмы общения:

- механизм выявления намерения партнера;
- механизм поддержания общения;
- механизм выразительной речи;
- блок знаний о средствах невербальной коммуникации;
- блок самопознания;
- блок идентификации;
- блок рефлексии;
- блок прогнозирования развития образа партнера;
- блок психологической защиты;
- блок организации совместной деятельности и др. [57].

В межличностных коммуникациях главным является передача информации от одного лица к другому. Межличностные коммуникации обладают рядом отличительных характеристик, которые необходимо учитывать менеджерам в профессиональной деятельности.

Во-первых, межличностная коммуникация практически всегда более оперативна и достигает своего адресата при минимуме помех.

Во-вторых, она всегда избирательна, так как межличностный канал оперативно формируется в наиболее подходящий для передачи информации момент и способен выходить на нужного респондента. Межличностная коммуникация более свободна от формальных, регламентирующих форму и стиль сообщения рамок, что делает ее более доступной и доходчивой. Кроме

того, при личном общении эффект восприятия может быть усилен за счет обаяния говорящего, тембра его голоса, интонации, мимики, жестов, ориентированных исключительно на конкретного собеседника [13].

Следует отметить, что в межличностной коммуникации открываются неограниченные возможности для использования эффекта обратной связи.

Нельзя переоценить значимость обратной связи, поскольку именно от нее зависит эффективность межличностных коммуникаций. Правильные последующие действия и обратная связь требуют создания соответствующих формальных и неформальных механизмов, посредством которых передатчик может проверить, насколько правильно было интерпретировано его сообщение. Успешная деятельность посредством межличностных коммуникаций определяется, прежде всего, эффективностью или неэффективностью обратной связи [63, с. 43–64].

Одной из главных проблем коммуникации является процесс кодировки и декодировки послания. Специалисты отмечают, что проблема эффективной коммуникации во много зависит от того, как произошло кодирование сообщения. Участники коммуникативного процесса должны иметь возможность корректно расшифровать послание, для этого они используют схожий социальный опыт, культурные особенности, знания о том, как себя вести в плане общения в разных ситуациях.

А.А. Вазанкин выделил следующие виды коммуникации: информативную, аффективно-оценочную, рекреативную, убеждающую, ритуальную [12].

Информативная коммуникация. Информативная коммуникация представляет собой процесс передачи информации об окружающем мире, в котором живут коммуникатор и реципиент. При этом ожидается, что любые информационные сообщения являются правдивыми, непротиворечивыми и выражают беспристрастный взгляд на обсуждаемое событие или факт. Этому виду коммуникации придается сегодня, особенно важное значение,

поскольку каждый год информация о мире удваивается, появляются новые информационные каналы, среди которых самым глобальным в настоящее время является Интернет. Благодаря Интернету сегодня можно войти в фонды большинства научных библиотек мира, прочитать любую газету и узнать самые последние новости. Значение этого вида коммуникации нашло свое выражение и в том, что сегодня «информационным» называют общество, пришедшее на смену индустриальному. К этому типу общества относятся страны Западной Европы и США [12, с. 44];

Аффективно-оценочная коммуникация. Аффективно-оценочная коммуникация основывается на выражении либо положительных, либо отрицательных чувств в отношении другого человека. В этом виде коммуникации нет объективного изложения фактов, а есть пристрастность, которая также необходима во многих сферах человеческой жизни. Этнические предубеждения, стереотипы, предрассудки, обывательское мнение, всевозможные слухи – все это формы аффективно-оценочной коммуникации.

Наиболее распространенным примером этого вида коммуникации является признание в любви, в котором присутствует не только эмоциональная сторона, но и оценочная: женщина ожидает признания, что она самая лучшая на свете, хотя, разумеется, это не соответствует действительности. Отличительной особенностью аффективно-оценочного вида коммуникации является возможность усилить или ослабить оценку и выражение чувств, что невозможно сделать при информативной коммуникации.

В то же время важной составляющей аффективной коммуникации является эмпатия – способность видеть мир с точки зрения другого человека, разделять его чувства и переживания. Здесь эмпатия присутствует в двух формах: во-первых, это чувствительность к эмоциональным потребностям близкого человека, умение понять вербальные и невербальные проявления

его чувств и готовность разделить эти чувства; во-вторых, эмпатия означает также умение ответить на эмоциональную потребность таким способом, который будет уместен и пригоден для собеседника [12, с. 99–104].

Рекреативная коммуникация. Рекреативная Коммуникация включает в себя различные формы развлекательного общения, которые позволяют собеседникам расслабиться и отдохнуть. В этом виде коммуникации люди создают воображаемые ситуации и передают друг другу информацию о них: рассказывают истории, анекдоты и т.п. К наиболее распространенным формам рекреативной коммуникации относятся различного рода дискуссии, конкурсы, состязания, тематические олимпиады и т.д. [12, с. 66];

Убеждающая коммуникация. Убеждающая коммуникация представляет собой такой вид коммуникации, который направлен на стимулирование какого-либо действия. Она выражается в приказе, совете, просьбе. В такой форме участники коммуникации воздействуют друг на друга, стремясь достигнуть определенного типа поведения у своего партнера. В процессе убеждающей коммуникации люди пытаются повлиять на убеждения или действия других людей. Она подразумевает общение как знакомых (начальник и подчиненный), так и незнакомых людей '(обращение человека в органы власти с жалобой).

Наиболее известной формой этого вида коммуникации является реклама. Убеждающая коммуникация содержит в себе элемент манипуляции поведением других людей. В какой-то степени лексика культурного диалога подчиняется этой цели. Например, когда при общении мы улыбаемся и говорим «пожалуйста» или «спасибо», то неявно надеемся вызвать расположение собеседника. Внешний вид также может выполнять функцию убеждающей коммуникации: неопрятным видом мы намеренно отталкиваем других, а опрятным стараемся расположить к себе тех, от кого зависят наши шансы на успех. Букет цветов может выполнять как аффективно-оценочную,

так и убеждающую роль, так как помогает расположить к себе, повлиять на будущее поведение партнерам [12, с. 59];

Ритуальная коммуникация. Ритуальная коммуникация заключается в соблюдении и выполнении социально установленных форм поведения. Ее примером может служить общение учителя и учеников: когда учитель входит в класс, школьники дружно встают. Каждый из них отдельно участвует в коллективном ритуальном действии. Знакомые люди приветствуют друг друга рукопожатием. У нарушающих нормы ритуальной коммуникации возникает много проблем при общении с окружающими людьми, например непонимание или неодобрение их поведения [12, с. 70].

Наряду с отмеченными видами целый ряд исследователей в области коммуникации выделяют массовую (в обществе в целом), ограниченную (внутри различных социальных групп), межличностную (между двумя индивидами) и внутриличностную (между человеком и электронными средствами передачи информации) коммуникации.

Оливер О. определяет условия эффективности обратной связи, которые следует рассмотреть [45]:

- намерение. Целью обратной связи являются улучшение качества работы, повышение ценности каждого отдельного работника;

- конкретность. Обратная связь должна обеспечивать реципиентов конкретной информацией, благодаря которой могут быть установлены способы исправления сложившейся ситуации;

- описательность. Обратная связь должна иметь скорее описательный характер, чем оценочный, и содержать объективные сведения о результатах деятельности работника.

- полезность. Обратная связь предоставляет информацию, которую работник может использовать для улучшения результатов и качества своего труда, помочь получить новые знания, сформировать новые навыки и умения;

- своевременность. Обратная связь должна осуществляться вовремя, так как дает возможность внести коррективы в действия и тем самым влиять на результаты процесса;

- готовность. Для эффективности обратной связи требуется готовность работников ее воспринять; если она навязывается работникам, то ее эффективность заметно падает;

- ясность и достоверность. Если информация неверна, то это формирует предвзятое мнение и может исказить или привести к ошибочным коррективам в деятельности работников [45, с.199–208].

В тоже время исследователи отмечают, что в межличностной коммуникации можно выделить некоторые этапы или фазы. В частности, специалист в сфере межличностных коммуникаций А.Ш. Гэлэгер выделяет три основные фазы [19]:

- докоммуникативная фаза характеризуется запросами и ожиданиями аудитории;

- коммуникативная фаза отражает процесс непосредственной реализации запросов;

- послекоммуникативная фаза отличается использованием полученной информации [19, с. 23–35].

Представленные фазы в межличностном общении лежат в основе установления методов, средств и способов коммуникации. К их числу относятся: текст (слово), другие символы (рисунки), действие (невербальные коммуникации).

Универсальным средством межличностных коммуникаций является язык. В процессе коммуникации язык реализуется в виде отдельных текстов. Именно текст является той структурной единицей простейшего акта общения, которая определяет поведение коммуниканта.

К коммуникативным символам также относятся рисунки, схемы, диаграммы, модели, макеты и т.д. В большинстве случаев они используются для пояснения словесных сообщений, так как позволяют наглядно иллюстрировать преподносимую идею и считаются мощным визуальным средством изображения [69, с. 199].

В отношении межличностной коммуникации можно выделить такой важный показатель, как ее эффективность. При этом под эффективностью традиционно принято понимать достижение цели коммуникации, когда оба участника процесса понимают и принимают происходящий процесс, ориентированы на результат и воспринимают друг друга. Каждый участник коммуникативного процесса может сам оценить эффективность своего общения, достигло ли его сообщение цели, были ли он понят. При этом общение с различными категориями имеет разный эффект. С кем-то эффективность коммуникации заметно выше, с кем-то наоборот. Эффективность зависит от целого ряда факторов, как внешней среды, так и социальных и личностных особенностей. В процессе коммуникации даже выделяют ряд психологических эффектов, оказывающих существенное влияние на результат коммуникации. В частности, к таким эффектам можно отнести «эффект Пигмалиона» или «эффект ожидания», когда о человеке известно, что он – высококлассный специалист. В результате, взаимодействуя с людьми, ему будет проще оказать на них впечатление и эффективнее коммуницировать.

Специалисты отмечают, что на эффективность коммуникации могут влиять уровень интеллектуального развития, стиль общения, словарный запас, темперамент и характер и даже внешний вид. Многие эксперименты доказали, что с опрятным, аккуратным человеком эффективность коммуникации повышается даже в экстремальных случаях.

Большинство из нас более успешны в общении с одной категорией людей и менее успешны с другой. Значительно меньше тех, кто умеет найти

общий язык в разных ситуациях с самыми разными людьми. Не случайно их называют мастерами общения. Действия, умения и навыки, которые обнаруживает индивид в межличностном поведении, не являются врожденными, им следует учиться, отрабатывать и тренировать (подобно тому, как работает музыкант или спортсмен). Искусство межличностной коммуникации прямо связано с тем, насколько человек оказывается способным заметить, воспринять и развить эти действия [55, с. 45–55].

Для оценки уровня сформированности умений и навыков, отвечающих за высокий эффект коммуникации специалисты ввели в практику такое понятие как коммуникативная компетентность. Ее рассматривает в своей работе, в частности Г.З. Никитова. Она отмечает, что коммуникативная компетентность состоит из:

- способности человека прогнозировать коммуникативную ситуацию, в которой предстоит общение; ориентироваться в ситуации, в которой он оказался;

- коммуникативного исполнительского мастерства, т.е. умения найти адекватную теме общения коммуникативную структуру и реализовать коммуникативный замысел;

- способности разбираться в самом себе, собственном психологическом потенциале и потенциале партнера;

- навыков самонастройки, саморегуляции в общении, включая умения преодолевать психологические барьеры в общении; снимать излишнее напряжение; эмоционально настраиваться на ситуацию; распределять свои усилия в общении [44, с. 14–26].

И хотя коммуникативный опыт каждого человека уникален и неповторим, вместе с тем можно развивать навыки компетентного коммуникатора, повышая тем самым эффективность своего общения, а вместе с нею и удовлетворенность жизнью.

Таким образом, коммуникация – это процесс, с помощью которого осуществляются и развиваются все многообразные человеческие взаимоотношения; символы и знаки, а так же средства для их передачи в пространстве и сохранения во времени. Коммуникация играет важнейшую роль в социальной жизни индивида, давая возможность для обмена информацией социального развития, выполнения социальных ролей и т.д. Коммуникация в обществе неоднородна, а имеет множество разновидностей, одной из ключевых при этом является межличностная коммуникация. Межличностную коммуникацию можно определить как процесс одновременного речевого взаимодействия коммуникантов, предполагающий, в то же время, их воздействие друг на друга. К видам коммуникации относятся: информативная коммуникация, аффективно-оценочная коммуникация, рекреативная коммуникация, убеждающая коммуникация, ритуальная коммуникация. Структура общения состоит из макроуровня, мезоуровня и микроуровня, каждый из которых имеет значение во всем процессе межличностной коммуникации. В межличностных коммуникациях главным является передача информации от одного лица к другому, в котором особое значение придается процессу кодирования и декодирования сообщения. Чтобы правильно понять друг друга, индивиды должны быть «на одной волне».

Следует отметить, что коммуникация предполагает такую черту как «эффективность», при этом можно выделить условия эффективности обратной связи, к которым, в первую очередь, следует отнести такие параметры как: намерение, конкретность, описательность, полезность, своевременность, готовность, ясность и достоверность. При соблюдении и учете данных параметров процесс коммуникации между индивидами может быть как высокоэффективным, так и совершенно не продуктивным. Во многом удачное сочетание данных параметров зависит от выбора стиля и формы взаимодействия. В рамках привычного нам непосредственного

общения, индивиды обладают способностью адаптироваться, подстраиваться под стиль общения других участников процесса, ориентируясь на многочисленные визуальные и аудиальные сигналы, которые индивиды учатся улавливать, воспитываясь в схожих культурных условиях. В условиях современного общества все большее значение приобретает виртуальное общение в интернет-пространстве, которое практически полностью меняет представление о привычных стилях и формах взаимодействия.

1.2 Стили и формы межличностной коммуникации в интернет-пространстве

В настоящее время рост числа зарегистрированных пользователей в социальных сетях все увеличивается, это говорит о том, что общение в интернете по-прежнему является популярным способом коммуникации, если не самым популярным. Социальные сети, дающие возможности для общения, развиваются крайне динамично, предоставляют технические платформы для успешной профессиональной, творческой или личной коммуникации.

Следует объективно признать, что социальные сети – это удобный и легкий способ передачи информации, привлекательность которых заключается в их многофункциональности. Социальная сеть (интернет-сеть) дает возможности для создания контента, который интересен пользователям, позволяет отслеживать интерес к тем или иным сообщениям, общаться независимо от расстояний, сохранять и передавать записи, создавать беседы на несколько человек, организовать передачу информации быстро, отследить, прочитал ли человек послание и т.д. Популярность общения в интернет-пространстве настолько высока, что сегодня, пожалуй, сложно встретить человека, не имеющего страничку в Одноклассниках, Вконтакте, Фейсбуке и на других сайтах. Например, аудитория на таком сайте Рунета как «Вконтакте» насчитывает более 15 миллионов человек и эта цифра

постоянно меняется. Создатели развлекательных ресурсов непрерывно вносят в них дополнения и изменения, совершенствуя существующий способ коммуникации, что также привлекает пользователей. Социальные сети на сегодняшний момент монетизированы, появляются новые профессиональные категории, чья деятельность связана с интернет-пространством – блоггеры (люди, рассказывающие о различных областях деятельности, в том числе, и своей жизни, публично демонстрируя свои отношения, отдых, досуг и т.д.), стримеры (те, кто играют в прямом эфире, и комментируют данный процесс) и многие другие [70, с. 179].

Следует учитывать, что это многопользовательский web-сайт, соответственно, на одной платформе одновременно действуют множество самостоятельных индивидов, реализующих данные функции. В дальнейшем социальные интернет-сети будем обозначать более привычным термином – «социальные сети».

В результате можно отметить специфический характер социальных сетей, вытекающий из их функционала и контента: социальные сети дают возможность пользователю самому сконструировать и репрезентировать личность в данном пространстве. Здесь можно менять любые характеристики, в том числе и предписанные социальные статусы; существенное расширение возможностей для поддержания социальных отношений дистанционно: общение с людьми, проживающими в других городах и странах, общение с новыми людьми, не входящими в непосредственное социальное окружение, создание неформальных социальных групп на основе общих увлечений без территориальной «привязки»; возможность анонимности контактов, развитие иллюзии свободы общения, индивид может «абстрагироваться» от процесса общения, что позволяет изменить привычные нормы взаимодействия.

На настоящий момент на данных популярных веб-сайтах возможен поиск конкретных людей и информации о них, например старых друзей и

одноклассников. Многие фирмы и организации используют социальные сети, чтобы посмотреть информацию о своих кандидатах или сотрудниках. Преподаватели, в том числе и школьные учителя, все активнее взаимодействуют через социальные сети с учащимися. Существуют учебные чаты, чаты родительского комитета, где родители дистанционно решают учебные вопросы. Многие коллективы имеют свои рабочие профессиональные чаты, более того, такие чаты объединяют не только работников одной организации, но и сотрудников различных подразделений, расположенных в других городах и даже странах. Крупные фирмы и сетевые организация создают внутрифирменные социальные сети как элемент корпоративной культуры. Все это свидетельствует о том, что коммуникация в виртуальном пространстве – реальность, требующая серьезного анализа и изучения. Именно поэтому проблема развития интернет-пространства сейчас одна из наиболее актуальных в исследованиях социологов, психологов и социальных психологов, философов.

Отдельно следует отметить роль социальных сетей как способа изменения презентации своей личности. Многие замкнутые в повседневной жизни (и общении) люди становятся крайне активными в условиях интернет-пространства. Как отмечают исследователи, оно дает индивиду ощущение анонимности, скрытности, неузнанности. Человек может заново сконструировать социальные и даже демографические характеристики своей личности, быть тем, кем он хотел бы быть на самом деле.

Огромную роль коммуникация в социальных сетях играет с точки зрения ее развлекательной и досуговой функции. С помощью социальных сетей пользователи узнают новости и иную интересующую их информацию. Просмотр фильмов и роликов также подчеркивает привлекательность таких сайтов. Развлекательные веб-сайты являются хранилищем необходимой информации: полезных советов и рецептов, статей и публикаций, рисунков и фотографий.

По прогнозам, развлекательные сайты не станут привлекать меньше внимания пользователей. Напротив, процесс общения в сети Интернет остается удобным и популярным, объединяя людей [31, с. 89].

Стоит отметить, что социальные сайты служат способом обмена информацией не только развлекательного характера, но и делового. Большинство аккаунтов популярных сайтов носит коммерческую цель, создаваясь для рекламы продуктов или услуг.

Исследователи Интернет-общения обычно разделяют способы общения в Интернете по степени их интерактивности. Наиболее интерактивными средами общения считаются чаты и форумы, наименее интерактивными – e-mail и телеконференции. В телеконференции и при общении посредством e-mail общение происходит в режиме off-line, в отличие от чата, где люди общаются on-line. В конференции общение происходит вокруг определенного предмета, в то время как чат своей темы не имеет. Тем не менее в чатах по большей части практикуется общение ради самого общения, в то время как телеконференции чаще всего посвящены какому-либо определенному предмету. В качестве отдельной формы общения в Интернете можно выделить общение в так называемых MUDs (от «multi-userdimension» – ролевая игра, в которой много пользователей объединены в одном виртуальном пространстве), которое близко к общению в чате тем, что происходит on-line, но отличается от него присутствием цели - стремлением выиграть [19, с. 123–134].

Теперь рассмотрим некоторые формы общения по отдельности, которые выделяют такие авторы как В.О. Иванова, А.А. Вязанкина, К. А. Виханский, О.Д. Аверин, В.Д. Алехина, Е. С. Прохоров, а так же выделим преимущества и недостатки каждого из них.

Стоит обратить внимание на такую форму общения, как электронная почта. Можно сказать, что это первая форма интернет-общения. Она представляет собой аналог хорошо известной системы общения через

письма, отправляемые в конвертах с указанием места назначения и данных адресата, отличающаяся при этом тем, что письмо существует в виде электронного сообщения, которое отправляется с компьютера адресанта на почтовый сервер, а затем доставляется адресату на его почтовый ящик. Вся процедура при хороших условиях занимает не более 3-5 минут.

Адрес почтового ящика представляет собой следующее: имя@почтовыйсервер.код страны (например: muravyeva@mail.ru). Письмо, как и обычное, в конверте, может содержать различные вложения в виде графических (фотографии, рисунки), аудио (музыка, речь) и других видов файлов.

Как и бумажной, электронной переписке свойственны некоторые особенности. Такое общение, как правило, носит чаще межличностный или групповой характер, но иногда может быть и массовым (в случае отправки одного письма большому количеству получателей). Оно всегда опосредовано (в роли посредников выступает компьютер и почтовая служба) и дистантно. По способу взаимодействия может быть монологом либо диалогом (если каждое последующее письмо отвечает на вопросы предыдущего). Форма, как и на бумаге, письменная, но если общение идет с помощью звуковых речевых файлов, прикрепленных к письмам, то такую форму можно назвать устной. Нет никаких ограничений на стиль речи: это может быть как официально-деловой, так и любой другой, вплоть до разговорной речи и использования ненормативной лексики. Здесь многое зависит от уровня развития собеседников, их взаимоотношений и целей, которые ими преследуются [26, с. 199].

Преимущества электронной почты по сравнению с бумажной:

- мизерные затраты времени (как адресантом для отправки, так и адресатом для получения и ответа);
- минимальные денежные затраты на пересылку;
- меньшее количество требуемых данных для успешной доставки;

- возможность отправки вместе с письмом звуковых материалов;
- существование возможности одновременной отправки одного письма нескольким адресатам;
- возможность переадресации писем.

Недостатки у электронной почты существуют и во многом они очевидны:

- необходимо наличие компьютера, выхода в Интернет, электронного почтового ящика, а также элементарных знаний по управлению программным обеспечением ПЭВМ;

- при отправке большого числа прикрепленных файлов, либо файлов большого размера (от 25 МВ) бывает целесообразнее воспользоваться услугами обычной почты [26, с. 45].

Стоит отметить, что именно электронную почту можно считать своеобразным переходным звеном от классических форм общения к общению в интернет-пространстве. В то же время, на сегодняшний момент актуальность и использования электронной почты заметно снизилось. Прежде всего, это не настолько быстрый способ связи, в отличие от многих форм, рассмотренных далее, он не предполагает незамедлительной реакции, исключая те случаи, когда получатель ожидает письма. Но в то же время это самый «нормированный» способ общения в интернете, поскольку на данную форму общения распространяются все приемы и нормы ведения переписки, что существенно облегчает проблему нормированности взаимодействия в новом формате.

Форум тоже относится к способу интернет-общения, который является симулятором данного мероприятия (форума) в привычном понимании этого понятия. Буквально это представляется как организация обмена информации и общения между большим количеством собеседников, которым небезынтересна тема того или иного обсуждения, которая, собственно, и является причиной концентрации этих людей в одном месте для вынесения

её на всеобщее обсуждения. Отличие состоит в том, что при организации Интернет форумов не существует строгих ограничений на контингент участников – ими могут стать практически любые пользователи, зарегистрированные на том или ином форуме. Не существует также и временных рамок обсуждения темы – процесс продолжается до тех пор, пока тема интересна для собеседников.

Существуют различные по тематике, контингенту участников и преследуемым целям форумы: одни являются действительными Интернет аналогами ранее проводившихся собраний по каким-либо темам, требующим дальнейшего обсуждения, но больше не способным проводиться из-за возможных транспортных и другого рода трудностей, препятствующих проведению их в привычном виде, другие же чаще существуют для организации общения людей (как правило, имеющих дружеские отношения вне Интернета, то есть в обычной жизни), по разным причинам не способных собраться в одном месте для живого не опосредованного общения.

Форумы первого типа обычно имеют научную или социально-политическую тематику и преследуют соответствующие цели в качестве которых может выступать решение каких-либо проблем, связанных с этой тематикой. Таким форумам присущи некоторая официальность и официально-деловой, научный или научно-публицистический стиль речи. Как правило, общение проходит в рамках русского национального литературного языка. Форумы второго типа отличаются тематикой – обсуждаться могут различные бытовые сферы жизни, общественные события или же работы творцов в области искусства (в том числе музыки, живописи, поэзии и прозы и так далее), а также неофициальностью общения.

Кроме того, в зависимости от контингента участников, без ограничений используются все средства языка. Общение идет преимущественно в разговорном стиле речи, но жестких рамок здесь нет. Целями можно считать получение участниками различных знаний, опыта общения, а также

получение некой истины в спорах относительно того или иного явления или индивидуальных предпочтений [12, с. 33]. Вообще, многим форумам присущи одни и те же неписанные правила: обсуждение любой темы начинается, прежде всего, с монолога автора в виде статьи (отзыва, рецензии, мнения по какой-либо из интересующей многих позиции), содержащего суть проблемы и аргументированные доводы автора в пользу той или иной точки зрения. Далее к обсуждению темы с автором подключаются все заинтересованные лица (либо одно лицо). Таким образом, способ взаимодействия можно назвать уже либо диалогом, либо полилогом, если общение идет между несколькими участниками, которые могут обращаться к автору или друг к другу.

Цели обсуждений на форумах могут носить информативный, прескриптивный, эмотивный или же смешанный характер. Длительность обсуждения одной темы может составлять как от нескольких часов, так до нескольких месяцев или даже лет [12].

На многих форумах устанавливаются правила поведения, за соблюдением которых следит модератор. Это администратор форума или его авторитетный участник, который может направлять ход дискуссии, удалять или изменять некорректные с его точки зрения сообщения [50, с. 99].

Преимущества Интернет форумов перед живыми выделены у Г.Н. Третьякова, А.О. Вязанкина, О.О. Аверина, С.Д. Гарварда:

- отсутствие необходимости совершать длительные переезды к месту проведения – достаточно лишь включить свой компьютер и набрать нужный электронный адрес;
- колоссальная экономия времени, сил и денег при участии в форуме;
- возможность принимать участие одновременно в нескольких форумах;

- отсутствие физического контакта с оппонентами исключает возможность применения физической силы в спорных ситуациях для достижения необходимых результатов.

- период проведения форума не имеет жестких временных рамок [2, с. 79].

Недостатки Интернет форумов:

- необходимо наличие компьютера, выхода в Интернет, электронного почтового ящика, регистрации на форуме, а также элементарных знаний по использованию программного обеспечением ПЭВМ;

- частое отсутствие визуального представления о собеседниках в виду их нежелания выставлять свои фото на всеобщее обозрение [14, с. 36–41].

Отдельно следует выделить так называемые ролевые форумы. Это особая социальная среда, воспроизводящая в своей системе, через форумный способ общения, каноны какого-либо произведения или самостоятельно выстроенный мир. Особенность данного вида интернет-общения в том, что здесь разрабатывается внутренняя система правил и норма общения между участниками, создается социальная иерархия, часто эти нормы воспроизводят игровое пространство, требуя от участников погружения в параллельный мир, живущий по своим канонам и правилам. Выйти из такого игрового состояния бывает очень сложно.

В качестве отдельной формы организации интернет-общения можно выделить так же чат, который по своей идее весьма похож на форум, однако представляет более динамичную модель беседы. Чат (chat – болтовня) – это место для быстрого обмена короткими сообщениями, в котором одновременно участвует несколько человек. Для участия в чате необходима регистрация под определенным прозвищем – «ником». После этого на экран компьютера начинают поступать сообщения участников, выделяемые различным цветом для каждого из них. Написанное сообщение мгновенно отображается на экране, но при оживленном разговоре так же быстро

исчезает, сменяясь новыми строками. Участие в чате требует определенной сноровки и внимания. При желании два участника уходят в «приват» – их сообщения отображаются в отдельном окне и не доступны остальным [11, с. 154–167].

Можно сказать, что чат – это разновидность форумов, отличающаяся от них отсутствием какой-либо определенной научной или социальной тематики. Создаются они непосредственно для симуляции живого группового общения в основном молодых людей. Общение проходит в виде полилога часто незнакомых людей, преследующих цель – заведение знакомств. Часто чат дополняет форум, позволяя людям, читавшим форум, в режиме реального времени проанализировать полученную информацию.

Подобно живому знакомству, для реализации указанной цели, как правило, существует несколько этапов: участники, читая различные высказывания, находят близкого или интересного им человека с которым, поначалу, обмениваются общей информацией о себе, либо открыто предлагают ему познакомиться. Далее следует диалог, который существует для более глубокого изучения собеседника, и, в конечном итоге, если собеседники заинтересованы друг в друге, они договариваются о встрече в реальной жизни. При этом все участники, находящиеся в чате имеют возможность наблюдать за их общением или присоединиться к ним. Отличительной особенностью является относительная кратковременность (по сравнению с форумами) каких-либо дебатов между оппонентами [26, с. 99].

Блоги на сегодняшний день являются популярным средством общения (от английского *blog*, *weblog* – сетевой журнал). Это сетевые дневники, которые ведутся на специальных сайтах, предоставляющих возможности быстрого добавления записей, комментирования, составление списка друзей и так далее. Блоги используются не только для самовыражения, но и в деловых целях. Многие компании ведут корпоративные блоги, которые

представляют собой сетевые доски объявлений [4]. Отдельно сегодня выделяется целый жанр – видеоблоги. Наиболее активно видеоблоги представлены в такой социальной сети как YouTube (изначально, это был классический видеохостинг, однако использование его в целях продвижения интернет блогов привело к постепенному его превращению в полноценную социальную сеть). Блоггеры – профессиональная категория, монетизировавшая данную форму общения, продвигающая определенные товары, продукты, стиль жизни. Можно утверждать, что блоггинг создал новую субкультуру, в которой присутствуют все соответствующие признаки.

Самая популярная форма общения это социальные сети. Социальная сеть – социальная структура, состоящая из группы узлов, которыми являются социальные объекты, и связей между ними. В качестве узлов выступают люди или организации, а в качестве связей – их взаимоотношения. Первые социальные сети в интернете появились в конце прошлого века, но применить к ним определение, существовавшее уже в 50-х годах XX века, ученые и социологи догадались лишь несколько лет назад. По большому счету, социальная сеть в Интернете – это набор программных средств, позволяющий участникам проекта реализовывать социальные связи и взаимодействовать на их основе.

Существенным отличием социальных сетей от других типов Интернет-ресурсов (не считая форумов и блогов) является то, что их содержимое (контент) создают рядовые пользователи проекта. Социальная сеть, позиционируемая как виртуальная или онлайн-структура, в большинстве своем базируется на реальных связях между людьми. Эти связи строятся по определенным признакам, все зависит от степени свободы пользователя в рамках того или иного ресурса, его предпочтений, направленности самой сети (для студентов, любителей рыбалки, топ-менеджеров, одноклассников, сотрудников корпорации), а также аудитории [25, с. 23–67].

Особенности социальных сетей:

- обязательная регистрация пользователей – для того, чтобы просмотреть данные друзей или найти человека, пользователю необходимо завести учетную запись;

- подавляющее большинство социальных сетей строятся и адаптируются под интернет-браузеры – приложения для работы в интернете. Это дает возможность человеку пользоваться услугами таких сервисов практически в любом месте, где есть подключение к интернету: на работе, дома, в учебном заведении – без необходимости установки и настройки специального программного обеспечения [33, с. 99–104].

Следует учитывать, что это многопользовательский web-сайт, соответственно, на одной платформе одновременно действуют множество самостоятельных индивидов, реализующих данные функции. В дальнейшем социальные интернет-сети будем обозначать более привычным термином – «социальные сети».

В результате можно отметить специфический характер социальных сетей, вытекающий из их функционала и контента: социальные сети дают возможность пользователю самому сконструировать и репрезентировать личность в данном пространстве. Здесь можно менять любые характеристики, в том числе и предписанные социальные статусы; существенное расширение возможностей для поддержания социальных отношений дистанционно: общение с людьми, проживающими в других городах и странах, общение с новыми людьми, не входящими в непосредственное социальное окружение, создание неформальных социальных групп на основе общих увлечений без территориальной «привязки»; возможность анонимности контактов, развитие иллюзии свободы общения, индивид может «абстрагироваться» от процесса общения, что позволяет изменить привычные нормы взаимодействия.

IP телефония – современное средство общения между абонентами. IP телефония задействует два важнейших атрибута современной жизни –

телефон и интернет. Совсем недавно телефонные сети и сети с коммутацией пакетов (IP-сети) существовали практически независимо друг от друга и использовались для различных целей. Телефонные сети функционировали только для передачи голосовой информации, а IP-сети – для передачи данных. Современное средство связи – IP телефония объединила обе сети посредством устройства, называемого шлюза. Шлюз представляет собой устройство, в которое с одной стороны включаются телефонные линии, а с другой стороны – IP-сеть (например, Интернет).

IP-телефония стала одним из самых быстроразвивающихся и надежных способов связи в последнее время. По сравнению с обычной телефонной связью IP телефония имеет ряд существенных преимуществ. Любые звонки можно осуществлять очень быстро и дешево, при междугородних звонках IP телефония предоставляет клиенту значительные преимущества общения, делая его гораздо более доступным, а значит длительным [12, с. 99].

Благодаря IP-телефонии появилась возможность поговорить с дорогим, любимым и близким человеком, который находится за сотни и тысячи километров, при этом, не думая, что утекают драгоценные минуты разговора, за который придется заплатить много денег. Обычная телефонная связь при междугородних звонках обойдется гораздо дороже.

Технология передачи голоса посредством IP – сети интересна многим. Обеспечиваться IP-телефония может посредством схем: компьютер – телефон или компьютер – компьютер, а также телефон – телефон. Основное и незаменимое в IP телефонии – это интернет, так как с помощью него осуществляются голосовые переговоры. Из любого уголка мира с помощью IP-телефонии может осуществить звонок с компьютера или телефона, если там установлено необходимое программное обеспечение. Сегодня многие Интернет-провайдеры предоставляют данную услугу на очень выгодных условиях [24, с.109].

Но есть еще и другие способы общения через Интернет. Помимо текстового общения в Интернете, которое в настоящее время в подавляющем большинстве, существуют и различные средства для аудио и видео общения через Интернет. Для этого требуются дополнительное техническое – микрофон и веб-камера – и программное обеспечение. Однако использование данного средства общения в реалиях российского Интернета почти невозможно [2].

Таким образом, общение – сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми (межличностное общение) и группами (межгрупповое общение), порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя как минимум три различных процесса: коммуникацию (обмен информацией), интеракцию (обмен действиями) и социальную перцепцию (восприятие и понимание партнера). К средствам общения относятся: электронная почта, форумы, чаты, блоги, IP телефония – современное средство общения между абонентами и другие способы общения через Интернет. Специфика общения определяется тем, что в его процессе субъективный мир одного человека раскрывается для другого. В общении человек самоопределяется, обнаруживая свои индивидуальные особенности. По форме взаимодействий можно судить о коммуникативных умениях и чертах характера человека по специфике организации речевого сообщения об общей культуре и грамотности.

1.3 Проблемы межличностной коммуникации в интернет-пространстве

Неоспоримым фактом является то, что Интернет сегодня - это самый колоссальный источник информации, который знало человечество. Но его возможности, такие, как оперативность, быстрота и доступность связи между пользователями на дальних и близких расстояниях, позволяют использовать

Интернет не только как инструмент для познания, но и как инструмент для общения. Общение в интернете очень отличается от живого общения. Большинство людей считают, что выделять новое предложение или имя собственное большой буквой – бессмысленная трата времени, а расставлять знаки препинания вообще не приходит им в голову [23, с. 36–39].

Причинами обращения к Интернету как инструменту общения могут быть:

- недостаточное насыщение общением в реальных контактах. В подобных случаях пользователи быстро теряют интерес к интернет-общению, если появляются возможности для удовлетворения соответствующих потребностей в реальной жизни;

- возможность реализации качеств личности, проигрывания ролей, переживания эмоций, по тем или иным причинам невозможных в реальной жизни. Подобная возможность обусловлена вышеперечисленными особенностями общения посредством сети - анонимностью, нежесткой нормативностью, своеобразием процесса восприятия человека человеком. Желанием переживания тех или иных эмоций объясняется, вероятно, и стремление к эмоциональному наполнению текста [43, с. 105].

Сегодня по сути дела возникла новая форма языкового взаимодействия – письменная разговорная речь. Русский язык существует в Интернете в основном в письменном варианте, но в условиях интерактивной сетевой коммуникации темп речи приближен к устной её разновидности.

Обитатели чатов практически полностью лишены вспомогательных (паралингвистических) средств: тембра речи, акцентирования части высказывания, эмоциональной окраски, тембра голоса, его силы, дикции, жестов и мимики. Отсюда надежность речевого общения становится крайне низкой, ведь, по мнению психологов, при обычной коммуникации в акте общения невербальная коммуникация определяет до 55% результата [42, с. 77–79].

Столь глобальная нехватка не могла не быть определенным образом компенсирована, поэтому общение в чате все-таки не обходится без телесности. В первую очередь был определенным образом компенсирован «эмоциональный дефицит» путем введения в виртуальное общение суррогатных, частично типизированных эмоциональных реакций – «смайликов» (от английского «smile» – «улыбка»), которые получили чрезвычайно широкое распространение. Однако это все-таки именно суррогат эмоциональных реакций.

Многочратно предпринимались попытки присвоить и закрепить обозначение определенных эмоциональных состояний за определенными смайликами, однако все они оказались безуспешными. Фактически на сегодняшний день смайлики только информируют об эмоционально окрашенном отношении автора к тексту, просто передавая направленность и степень его эмоций (причем вид смайлика никакого значения не имеет). Как мы видим, эмоциональная палитра весьма бедна.

Помимо «смайликов» для компенсации тембра и акцентирования части высказывания в виртуальном общении используется так называемый «капс» (от английского «CapsLock» – блокировка верхнего регистра клавиатуры; написание фразы или части ее ЗАГЛАВНЫМИ БУКВАМИ), который повсеместно в Сети трактуется как повышение голоса. Недостаточность или невозможность передачи в Интернете цвета, звука, движения заменяется вербальными и знаковыми аналогами – большим количеством восклицательных знаков, «традиционно русской лексикой» (чаще всего передаваемой латиницей), средствами из других речевых жанров. Новый мир и новый стиль жизни в этом мире требует и новых языковых средств коммуникации либо трансформации старых.

Сленг, выработанный пользователями Интернета, переходит в общеупотребительную лексику, возрождение эпистолярного жанра в виде электронной переписки также имеет свою языковую специфику, игровые

условия виртуального пространства способствуют приближению коммуникации к игре, что на уровне языка проявляется в тяготении к манере устной разговорной речи на самом серьезном сайте. Вполне возможно, что речь идет о формировании нового стиля в русском языке – о стиле интернет-общения – который не только является специфической особенностью Интернет-сообщества, но и серьезно влияет на речевое поведение всего общества в целом.

Язык становится не только средством общения, но и средством создания виртуальной реальности, так как искусственные языки программирования являются лишь технологическим средством, благодаря которому Интернет работает, а подлинным языком виртуального сообщества оказываются естественные языки аудитории пользователей [7, с. 108–113].

Несмотря на то, что далеко не все формы общения в Интернете предполагают маски для его участников, тем не менее, тенденция демократичности и упрощения проникает даже в деловые бумаги, создаваемые и существующие в формате онлайн, значительно облегчая официальные стандарты деловой переписки. Причем ситуация максимального сближения речевого Интернет-стиля с традициями разговорного стиля вообще повышает степень доверия к высказыванию, что крайне важно при осуществлении деловых контактов.

Существуют общие специфические черты взаимодействия в Интернет-сообществах, безотносительно к их тематической направленности, времени существования, составу и ресурсу, на котором они размещены [17, с. 108]:

- организация собственной социальной структуры и стратификации пользователей по формальным («гость», «новичок», «ветеран», «VIP», и т.д.) и неформальным статусам («лидер», «авторитет», «звезда» и пр.), каждому из которых присущи особые функции и нередко отведены конкретные роли, что не только определяет положение Интернет-пользователя в сообществе, но и формирует групповые ожидания и стереотипы поведения в группе;

- наличие организационной культуры, т.е. целенаправленно созданной системы ценностей, установок, норм и правил поведения, сформированных в рамках конкретного Интернет-сообщества, принимаемых и поддерживаемых его участниками и отражающих характер их внутреннего и внешнего взаимодействия, неисполнение этих предписаний предполагает вынесение предупреждений, наложение определенных санкций, запретов и т.д.;

- неуправляемое возникновение в процессе становления и развития Интернет-сообщества «естественной культуры», которая включает в себя формирование стереотипов поведения, традиций, обще групповых ценностей и интересов, жаргона и т.д., что в большинстве случаев направленно на повышение эффективности решения совместных задач;

- незначительная целостность и устойчивость Интернет-сообщества как отдельно взятой социальной группы, без подкрепления ее индивидуальными межличностными контактами;

- в качестве одного из определяющих факторов социальной дифференциации в Интернет-сообществе выступает уровень доступа к знаниям и информации (информационная стратификация), при этом роль традиционных критериев определения социального положения незначительна, т.е. происходит сглаживание межкультурных, этнических, социально-личностных различий и наличествует уравнивание по социальному, образовательному и материальному статусу;

- в результате ряда особенностей Интернет-пространства создаются условия, при которых групповые процессы протекают гораздо быстрее, нежели в реальных социальных группах и сообщества существуют незначительный срок;

- снимается ряд коммуникативных барьеров в общении, а появляющееся у Интернет-пользователя ощущение безнаказанности снимает некоторую ответственность за свои слова и поступки, что нередко приводит к потере чувства реальности и необоснованно рискованным действиям;

- способность Интернет-сообщества мгновенно реагировать на возникающие в обществе социальные проблемы путем появления новых образцов культуры, ценностей и социальных норм, инноваций и т.д., закрепление которых может осуществляться как естественным, так и искусственным путем, позволяя говорить о частичной управляемости организационного развития Интернет-сообщества [7, с. 108–133].

Процессы, происходящие внутри Интернет-сообществ во многом зависят от внешних факторов, таких как события, в социальной, политической, экономической и прочих сферах, а функционирование Интернет-сообщества во многом определяется социально-психологическими характеристиками его участников, спецификой отношений между ними, обще групповыми целями и ценностями.

Многие пользователи сети сокращают слова, придумывают всевозможные аббревиатуры или специально допускают грамматические ошибки. Повсеместно появляются новые речевые обороты и термины, которые не применяются в живом общении. При написании академического или делового письма мы стремимся соблюсти правила правописания и грамматику. Во время неформального общения мы совершенно забываем о правилах речи.

Это может показаться ужасной деградацией языка и речи, но скорее всего это нормальный процесс интеграции языковой речи в информационные технологии. Люди стремятся упростить язык, чтобы чувствовать себя более расслабленными при общении друг с другом. Но с упрощением правил общения меняется и отношение к собеседнику. В чате можно часто встретить хамство и неуважение к партнеру по общению [66, с. 34–40].

Коммуникациям очень часто препятствует непонимание друг друга членами коммуникационного процесса. Причины возникновения проблем коммуникации из-за непонимания заключаются в следующем в работе М.А. Никитова [44]:

- различия в восприятии сообщения и его основной идеи и концепции, что происходит в силу;

- неправильного кодирования сообщения руководителями без учета культуры и установок членов организации (сообщение написано или передано на непонятном языке, содержит много слов, принадлежащих другой субкультуре, или специальных терминов, выбрана область деятельности или знания, малоизвестная членам организации, и т.д.);

- конфликта между сферами компетенции, основами суждений отправителя и получателя информации (структурный конфликт такого рода может привести к избирательному восприятию информации ее получателем в зависимости от собственных интересов и потребностей и игнорированию интересов отправителя);

- различных социальных установок членов организаций, различных структур ценностей [44, с. 108–113].

Для того чтобы избежать потерь, возникающих из-за недостатков межличностного общения, можно использовать такие приемы как использовал автор У. В. Бас в своих работах:

- предварительная подготовка к передаче сообщения; например, разъяснение основных положений, содержания сообщения;

- снятие семантических барьеров путем исключения двусмысленности, многозначности понятий;

- постоянное внимание к невербальной символической коммуникации – тону подаче сообщения, жестам, мимике и т.д.;

- проявление эмпатии и открытости при общении и передаче сообщений;

- установление обратной связи, для чего следует: задавать вопросы получателю информации о содержании сообщения и степени его восприятия; оценивать невербальную реакцию получателей на сообщение, особенное внимание обращать на жесты, позу и мимику, указывающие на

замешательство или непонимание; создавать атмосферу доверия, доброжелательности и готовности обсудить возникающие проблемы с учетом интересов и потребностей получателей информационных сообщений [7, с. 238–243].

В целом можно сказать, что наиболее эффективное использование коммуникаций зависит от таких важнейших факторов, как профессионализм руководителей, структура организации и ее характеристики, наличие устойчивых межличностных отношений между членами организации, культура подчиненных, положение организации во внешней среде (закрытость или открытость), компетентность работников.

Можно выделить некоторые предположения об особенностях общения через Интернет, которые были выделены в работе О. Оливера [45, с. 168]:

- анонимность. Несмотря на то, что иногда возможно получить некоторые сведения анкетного характера и даже фотографию собеседника, они недостаточны для реального и адекватного восприятия личности. Кроме того, наблюдается укрывание или презентация ложных сведений. Вследствие подобной анонимности и безнаказанности в сети проявляется и другая особенность, связанная со снижением психологического и социального риска в процессе общения - аффективная раскрепощенность, не нормативность и некоторая безответственность участников общения. Человек в сети может проявлять и проявляет большую свободу высказываний и поступков (вплоть до оскорблений, нецензурных выражений, сексуальных домогательств), так как риск разоблачения и личной отрицательной оценки окружающими минимален [45, с. 108–113];

- своеобразие протекания процессов межличностного восприятия в условиях отсутствия невербальной информации. Как правило, сильное влияние на представление о собеседнике имеют механизмы стереотипизации и идентификации, а также установка как ожидание желаемых качеств в партнере;

- добровольность и желательность контактов. Пользователь добровольно завязывает контакты или уходит от них, а также может прервать их в любой момент;

- затрудненность эмоционального компонента общения, в то же время стойкое стремление к эмоциональному наполнению текста, которое выражается в создании специальных значков для обозначения эмоций или в описании эмоций словами (в скобках после основного текста послания);

- стремление к нетипичному, ненормативному поведению. Зачастую пользователи подают себя с иной стороны, чем в условиях реальной социальной нормы, проигрывают не реализуемые в деятельности вне сети роли, сценарии ненормативного поведения [7, с. 138–1143].

Таким образом, неформальное структурирование Интернет-пользователей по взаимным интересам, социокультурным ориентациям, устремлениям, совместно решаемым задачам и другим, не предписанным актами социального статуса, критериям, несмотря на этнические, социально-политические, гендерные и иные различия, нередко анонимное и асинхронное общение и территориальную удаленность участников, привело к появлению своего рода неофициальной параллельной коммуникационной структуры, невидимой сети межличностных отношений, которая не только выполняет функции совместной информационно-познавательной и коммуникативной деятельности, но и во многом выступает носителем современных нравственных ценностей. Причинами обращения к Интернету являются недостаточное насыщение общением в реальных контактах и возможность реализации качеств личности, проигрывания ролей, переживания эмоций, по тем или иным причинам невозможных в реальной жизни.

К проблемам можно отнести анонимность, своеобразие протекания процессов межличностного восприятия в условиях отсутствия невербальной информации, добровольность и желательность контактов, затрудненность

эмоционального компонента общения, стремление к нетипичному, ненормативному поведению.

А так же самой главной проблемой является неграмотная, ошибочная речь и употребление всячески разных сленгов при той же переписке. Что бы как можно меньше затрагивалась эта проблема, нужно читать научную литературу, развивать свои коммуникабельные навыки.

2. ПРИКЛАДНОЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ МЕЖЛИЧНОСТНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ (НА ПРИМЕРЕ СТУДЕНТОВ ТвГТУ)

2.1 Программа прикладного социологического исследования особенностей межличностной коммуникации в виртуальном пространстве современной молодежи (на примере студентов ТвГТУ)

Тема исследования: Особенности межличностной коммуникации в виртуальном пространстве современной молодежи (на примере студентов ТвГТУ).

Теоретико-методологический раздел программы:

Актуальность данной темы заключается в том, что мы живем в веке высоких технологий. Стремительно растущие и развивающиеся информационные технологии охватывают как конкретного индивида так и социум в целом. Современное общество характеризуется стремительно растущим значением компьютерных технологий и систем телекоммуникаций. За последние годы в области информационных технологий произошел качественный скачок, проявившийся в процессе формирования и функционирования Интернета, переставшего быть просто системой хранения и передачи огромных объемов информации. Интернет становится новым элементом нашей повседневной реальности и сферой жизнедеятельности огромного количества людей. Присутствуя практически в каждом доме, Интернет значительно обогащает наши возможности, не говоря уже о социальных сетях, которые в последнее время приобрели исключительную популярность. На данный момент, думается, не найдется и одного человека в сети Интернет, который бы не знал, что такое социальные сети.

Объектом исследования являются студенты ТвГТУ.

Предмет исследования – особенности межличностной коммуникации в виртуальном пространстве.

Целью является выявить особенности межличностной коммуникации в виртуальном пространстве молодежи.

Исходя из цели исследования, можно выделить следующие задачи:

- исследовать количество время проведения в Интернете;
- провести анализ самых популярных соц. сетей;
- выявить причины, побуждающие посещать социальные сети;
- узнать через какие гаджеты заходят Интернет;
- выяснить, как изменилась форма общения в социальных сетях;
- определить направление общение;
- узнать цели общения в Интернете.

Гипотезы:

- практически вся молодежь пользуется Интернетом;
- большая часть, проводит в Интернете практически целый день;
- самой популярной из всех социальных сетей, является сеть Вконтакте;
- главной причиной посещения социальных сетей является общение с друзьями и просто как способ времяпровождения;
- пользователи все активнее посещают Интернет с мобильных телефонов или планшетов;
- с появлением социальных сетей, форма общения изменилась в процессе общения нет стремления понять человека, не учитываются его какие то индивидуальные особенности;
- люди, общающиеся в социальных сетях используют невербальное направление в общение;
- главное целью общения в Интернете является наличие общих интересов.

Семантическая операционализация:

- общение – сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми (межличностное общение) и группами (межгрупповое общение), порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя как минимум три различных процесса: коммуникацию (обмен информацией), интеракцию (обмен действиями) и социальную перцепцию (восприятие и понимание партнера).

- виртуальное пространство – пространство, в котором координаты примитивов вывода не зависят от устройств.

- виртуальный мир – жанр интернет-сообщества, который часто принимает форму компьютерно -моделированной среды

- коммуникация – это передача сообщения, обмен мыслями, информацией, т.е. – общение.

- межличностная коммуникация – это процесс обмена сообщениями и их интерпретация двумя или несколькими индивидами, вступившими в контакт друг с другом.

- социальная сеть – платформа, онлайн-сервис и веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений в Интернете.

а) структурная операционализация:

1) пользуетесь Интернетом:

- да;

- нет;

- задумываюсь об этом.

2) частота использования Интернета:

- ежедневно;

- 2-3 раза в неделю;

- очень редко.

3) цель:

- поиск информации;

- знакомство и общение с людьми;
- развлечение (игры, музыка, фильмы);
- читаю новости;
- другое.

4) способы освоения Интернета:

- самостоятельно;
- помогли друзья/дети;
- научили в школе/ВУЗе;
- обучили на работе.

5) зарегистрированы ли в социальных сетях:

- да;
- нет;
- нет, но собираюсь это сделать.

б) укажите социальные сети, в которых Вы зарегистрированы:

- одноклассники;
- вконтакте;
- мой Мир;
- другое.

7) время проведения в Социальных сетях в день:

- менее часа;
- 1-2 часа;
- более 3 часов;
- более 6 часов.

8) в социальных сетях Я:

- общаюсь с друзьями;
- ищу новых знакомых;
- совершаю покупки;
- играю;
- скачиваю файлы;

- смотрю фильмы, слушаю музыку.

9) в социальных сетях привлекает:

- доступность;
- быстрота контактов;
- многообразие контактов;
- анонимность.

10) внезапное исчезновение доступа к социальным сетям вызывает тревогу и беспокойство:

- вызывает;
- не вызывает.

11) использовать Интернет только для работы:

- да;
- нет;
- пока не готов(а) к этому;
- затрудняюсь с ответом.

12) возможно, ли обходиться без соц. сети и удалить страничку уже сегодня:

- да;
- нет;
- мне нужно время, что бы сделать это.

13) зависимость от Интернета:

- да;
- нет;
- затрудняюсь с ответом.

14) форма общения:

- деловая беседа;
- индивидуальная беседа;
- контакт масок;
- примитивное общение;

- формально-ролевое общение;
- неформальное общение;
- духовное общение;
- манипулятивное общение;
- ритуальное общение;
- светское общение.

15) цели общения:

- биологическое;
- социальное;
- получить какую либо информацию.

16) типы общения:

- контактное;
- непосредственное;
- устное;
- письменное;
- открытое;
- закрытое;
- частное;
- деловое;
- официальное;
- неофициальное.

17) направления общения:

- вербальное;
- невербальное;
- использование смайликов.

18) общение в интернете возникает из-за:

- желания познакомиться;
- наличия общих интересов;
- проявления определенных чувств(как восхищения, так и унижения) ;

- деловых обстоятельств;
- коммерческих целей;
- организационной деятельности.

б) факторная операционализация:

19) отношение в общению в Интернете:

- положительно;
- отрицательно;
- нейтральное.

20) возраст:

- 15 – 25;
- 26 – 35;
- 36.

21) пол:

- мужской;
- женский.

22) семейное положение:

- замужем (женат);
- не замужем (холост);
- разведен (а).

23) материальное положение:

- не хватает денег даже на еду;
- можно позволить себе украшения, дорогую сумку;
- хватает денег на необходимое, но мы не можем без накоплений

купить дорогую шубу или машину;

- зарплаток хватает на все кроме таких приобретений, как дорогая дача или квартира;

- материальных затруднений нет.

24) образование:

- высшее;

- среднее специальное;
- полное среднее.

Процедурно-методический раздел программы.

Вид исследования: пилотажное, разовое, локальное.

Выборочная совокупность: 100 человек.

В структуре выборочной совокупности представлены студенты 1,2,3 и 4 курса Тверского Государственного Технического Университета.

Тип выборки: случайная, гнездовая.

Метод исследования: анкетирование.

2.2 Анализ результатов прикладного социологического исследования особенностей межличностной коммуникации в виртуальном пространстве современной молодежи (на примере студентов ТвГТУ)

Проблема межличностной коммуникации в виртуальном пространстве современной молодежи стала одной из актуальных проблем современного общества. На сегодняшний момент исследователи отмечают, что одной из ключевых проблем общения в виртуальном пространстве становится несоблюдение правил поведения и норма общения между участниками пространства. В последние годы было выделено множество явления, тесно связанных с развитием именно интернета и интернет-общения. В частности, речь идет о такой проблеме как кибер-насилие и психологическое насилие в интернете. Это явление получило такое название как «троллинг» и представляет собой жесткую форму доведения индивида, издевательств над ним и т.д.

Последние события, связанные с появлением в одной из крупнейших социальных сетей, действующих на территории России, так называемых «групп смерти» и официальное подтверждение, что данные группы и

политика, проводимая их создателями, подтолкнули к суициду огромное количество эмоционально неустойчивых подростков, демонстрируют масштаб трагедии. Современное молодое поколение оказывается не готово к тем угрозам и рискам, которые для них преподносит интернет.

Однако следует отметить, что проблема возникла далеко не сегодня. Это следствие длительного пренебрежения к увлечению социальными сетями тех, кто сейчас является уже студентами ВУЗов. Специалисты отмечают, что возраст участия в социальных сетях сейчас понизился, и активными пользователями становятся подростки младшего школьного возраста. В итоге, к их поступлению в ВУЗ это уже сложившиеся в плане своей презентации в социальных сетях, люди. Которым очень сложно внушить новые нормы и правила общения в интернет-пространстве.

Указанные выше факты обусловили необходимость проведения прикладного социологического исследования особенностей виртуально общения в интернет-пространстве современных студентов. Исследование было проведено в апреле 2017 года в рамках дипломной работы. Тема исследования – «Особенности межличностной коммуникации в виртуальном пространстве современной молодежи». Целью исследования был анализ сложившихся особенностей поведения студентов высшего учебного заведения в социальных сетях и интернет-общении. Выборочная совокупность составила 100 человек. Из них 52% – девушки, 48% – юноши. Тип выборки случайный.

Поскольку для исследования было необходимо выявить особенности того, как студенты обычно проводят своё свободное время, респондентам был предложен вопрос «Как Вы обычно проводите свое свободное время?». В результате чего были даны следующие ответы: основная часть в своё свободное время выходит в Интернет (39%) из них юношей (29,6%), а девушек (44,3%). Наименее популярным ответом респондентов, был ответ «читаю» (8%), из них юношей (4,9 %), а девушек (8,1%). Таким образом,

можно отметить, что у молодежи преобладает пассивный вид отдыха, который во многом связан с интернетом. Существенное различие здесь по полу, девушки более молодых людей склонны погружаться в виртуальное пространство.

Так как большая часть студентов в свое свободное время практически постоянно выходит в Интернет, было бы логично выяснить, какую роль в их жизни играет Интернет, могут ли они отказаться от него. Наиболее популярным оказалось, мнение респондентов о том, что Интернет играет второстепенную роль в их жизни, и они могут отказаться от него (48%). Тем не менее, многие отмечают, что интернет для них крайне важен.

Следует отметить и значительные временные затраты, которые студенты тратят на интернет. В частности, 40% респондентов отметили, что проводят в интернете обычно 5-6 часов в день (при этом не учитывался быстрый заход на сайт или проверка почты), если нет других дел. Девушки и в этом вопросе склонны посещать интернет чаще, чем юноши: юноши 32,5%, а девушки 39,4%.

Вместо того, чтобы выбраться куда-то с друзьями или близкими, большая часть респондентов (70%) выходит в это время в Интернет. Это можно считать одним из признаков интернет-зависимости, который выделяют психологи, что является тревожным сигналом.

О постоянной доступности интернета свидетельствует и тот факт, что для большинства респондентов основным средством, через которое осуществляется доступ, является мобильный телефон. Для него не требуется куда-то идти, чтобы подключиться, он всегда под рукой, всегда можно обратиться к нему. При этом, мобильным устройством чаще пользуются и юноши и девушки.

Самыми активными социальными сетями, по мнениям респондентов, оказались Вконтакте (87 %) и Instagram(45 %). Вконтакте юношей (40,9 %) в Instagrame (22,7 %),а девушек Вконтакте (43,5 %), в Instagrame (27,2 %).

Причинами выбора социальных сетей является удовлетворение любопытства (26,1%), из них юношей (25,5%), а девушек (31,2%). Так же социальные сети позволяют себя почувствовать более значимым (22,8%), из этого юношей (34,3 %), а девушек (39,1 %).

Основной целью использование социальных сетей, как выяснилось является общение (36%) и обмен информацией (34%). В результате можно говорить о том, что социальные сети воспринимаются студентами не просто как развлекательный портал с играми, музыкой и фильмами, а как полноценная платформа для общения. Об этом говорит и то, что наиболее значимыми являются такие функции как сообщение (29,6%), новости (26,1%) и прослушивание аудиозаписей (21,6%).

В общении в социальных сетях респондентов привлекает быстрота (37,8%) и многообразие (27,1%). Здесь можно отметить, что мнение пользователей совпадает с мнением специалиста.

Интересен тот факт, что индивиды достаточно легко относятся к дистанционному общению. В частности, на вопрос: «При каком общении Вы испытываете большее удовлетворение?» опрошиваемые ответили при дистанционном общении, когда я слышу собеседника, но не вижу (48%). Это система IT-телефонии или обычные звонки. В то же время подтвердилось то, о чем говорят многие психологи – главным преимуществом виртуального общения является общение без комплексов (26,6%).

Так же стоит сказать и о недостатках виртуального общения, выделенных респондентами. Прежде всего, молодежь настораживает и напрягает анонимность того, с кем ты можешь общаться в сети (23,5%), при этом юноши больше обеспокоены этой проблемой (18%), чем девушки (12,2%). Другая проблема в видении студентов – это потеря времени (22,2%), об этом больше беспокоятся девушки (26,4%), чем юноши (22,3 %).

Большинство респондентов (37%) отметили, что не могут в социальных сетях сложиться близкие, доверительные отношения с собеседником, с

которым Вы не знакомы лично. Однако в это же время на вопрос: «Состоите ли Вы со своими виртуальными собеседниками в близких, доверительных, дружеских отношениях?», ответили, что скорее да, состоят (56%). Это говорит о том, что несмотря на понимание, что виртуальный собеседник может быть не тем, за кого себя выдает, студенты все равно могут довериться этому человеку, тем самым подвергнув себя опасности.

Большинство опрошенных (58%), сказали, что знают лично многих людей из списка своих друзей в социальных сетях, но только 44 % из 100 поддерживают со всеми знакомыми контакт через социальные сети.

Наиболее популярными причинами общения в социальных сетях со своими знакомыми, друзьями, родственниками является отдаленное расстояние (27,3 %), (так ответили юноши (26,2%), а девушки (27,9%)). Но так же еще одной причиной является дешевизна (25,9%), это важный аргумент для юношей (32,3%) и девушек (28,5%).

При проведении исследования был задан вопрос «Что вызывает у Вас наибольший дискомфорт в общении через социальные сети?», респонденты ответили, что это разный уровень образования, воспитания (58%), причем эта проблема больше вызывает неудовлетворение у девушек (48,9%), чем у юношей (43,2%).

Отвечая на вопрос: «На Ваш взгляд существуют ли темы, которые не следует обсуждать в формате виртуального общения?» здесь мнения у опрошенных разошлись. Одни считают, что да (26%), скорее да (25%), а другие считают, что нет (23%), и скорее нет (26%). В результате, встает интересная проблема табуированности виртуального общения и перенесение на него тех социальных ограничений, которые существуют в реальном взаимодействии.

Наверное, каждое общение не может обойтись каким-либо образом без конфликтов, и респонденты, отвечая на вопрос, «Возникали ли у Вас конфликты при общении в социальных сетях?» ответили, что да, конфликты

возникали (69 %). У каждого конфликта есть своя причина, наиболее популярными оказались такие причины как неспособность понять другого человека (26,5%), она оказалась заметно популярнее девушек (26,5%), чем у юношей (18,7%). Еще одной главной причиной стало неумение общаться, отсутствие навыков общения (26,5%), (юноши (24,3%), девушки (27%)).

Общение в социальных сетях, имеет ряд своих особенностей, который отметили респонденты, наиболее главными стали такие как использую смайлики, даже если пишу текст (24,25%), пишу кратко, плохо воспринимаю длинный текст (22,5%) и часто пишу «привет» или сокращение в рабочей переписке (19,25%).

Таким образом, на основе проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

- отвечая на первую задачу в ходе исследования, гипотеза подтвердилась в том, что большая часть респондентов проводит в Интернете очень много времени, практически весь день, так как Интернет самый доступный источник запрашиваемой информации.

- самой популярной социальной сетью является сайт Вконтакте и Instagram, так как они очень удобные в использовании, имеют большой выбор игр, музыки и полезных программ. Здесь можно тоже считать гипотезу точной.

- одной из задач исследования было выявить причины, побуждающие посещать социальные сети, сюда респонденты отнесли общение. Гипотезу, наполовину, можно считать верной.

- в ходе исследования подтвердилась еще одна гипотеза. Как выяснилось, для студентов более удобно выходить в Интернет с мобильного телефона. И скорее всего, в большей степени, это связано с тем, что он практически всегда находится под рукой человека.

- следующей задачей исследования было выяснить, как изменилась форма общения в социальных сетях. Результаты оказались противоречивыми

установленным гипотезам. Появился дискомфорт в общении из-за чувства неискренности, разного уровня образования, воспитания и неуверенность в себе.

- исследование показало, что люди, общающиеся в социальных сетях используют вербальное направление в общение, они намеренно исключают из своего общения правила этикета, так как при их отсутствии не страдает ценность сообщения т.е гипотезу можно считать неверной.

- так же еще одной из задач исследования, было узнать цели общения в Интернете и по мнению респондентов главной целью является наличие общих интересов у собеседников. Таким образом, гипотезу можно подтвердить.

2.3 Рекомендации по повышению культуры виртуального общения современной молодежи в интернет-пространстве.

Основываясь на результатах исследования можно отметить следующие проблемные аспекты виртуального общения современной молодежи в интернет-пространстве:

- средства повышения анонимности в сети. В Интернете можно создать любой образ, выглядеть кем угодно, так как там нет ограничений, которые характерны, например, для материального мира;

- нехватка дополнительных функций в социальных сетях, например, таких как видео-сервис он-лайн, позволяющий видеть своего собеседника;

- потеря значимости невербальных средств общения, настоящие чувства участников скрываются, что приводит к облегчению вести серьезный разговор;

- персональные данные и личная информация каждый день находится под угрозой;

- развивается зависимость от виртуального общения, а в дальнейшем эта зависимость перерастает в потребность, и люди уже ни дня, не могут прожить, ни пообщавшись виртуально;

- пустая трата своего свободного времени, ведь время летит незаметно, и пользователь, не осознавая этого, проводит многие часы, заходя в сеть;

- употребление специфической лексики, что бы быстро написать какую-либо информацию собеседнику, человек делает все возможные сокращения, в результате чего не всегда понятно, что один собеседник хочет донести до другого;

- производит впечатления неграмотной речи, так как собеседник практически в большей степени выходит в Интернет с мобильного телефона, а набирая смс, ни всегда видит свои ошибки.

В связи с вышесказанным, можно предложить следующие рекомендации по разработке правил и норм этике виртуального общения для современной молодежи в интернет-пространстве. Данные рекомендации могут быть использованы при подготовке и планировании внеучебной деятельности педагогических работников и школьных психологов, поскольку начальный возраст вхождения в интернет-общения постоянно снижается и исходя из того, что с проблемами сталкиваются уже взрослая молодежь, имеющая определенный социальный опыт, для подростков и школьников многие аспекты, на которые обратили внимание студенты, могут оказаться критическими и создать условия для психологического стресса. Кроме того, школьники не всегда предполагают, какую опасность таит в себе интернет. Ориентируясь на данные исследования, студенты часто откровенничают с виртуальными собеседниками, не осознавая, какому риску себя подвергают.

Нормы и правила виртуального общения должны закладываться наравне с нормами повседневного общения, раз интернет так прочно вошел в нашу жизнь. В результате можно сформулировать следующие проблемные аспекты, которые следует учитывать:

- необходимо объяснить ребенку, что собеседник в интернете, которого он не знает лично, может быть опасен. Необходимо формировать у ребенка критическое мышление, для этого школа должна тесно взаимодействовать с родителями. Следует провести цикл родительских собраний, начиная с начальной школы. Этот цикл предполагает следующие темы, с которыми надо ознакомить родителей. Взрослые должны осознать, что именно на них лежит ответственность за физическое и моральное здоровье ребенка. Среди тем, которые должны быть донесены до родителей: Технические устройства и сервисы, контролирующие поведение ребенка в интернете; Опасные сайты и социальные группы; Признаки зависимости от интернета у ребенка; Вред виртуального общения. К беседам должны привлекаться специалисты технического, психологического и медицинского профилей.

- на классных собраниях рассказывать детям, как их могут вычислить через интернет злоумышленники, какую информацию и данные о себе не следует размещать. Ребенок с младшего возраста должен понимать, что социальные сети несут не только пользу и развлечение, но и могут стать источником проблем;

- следует объяснить ребенку как вести себя в случае виртуального конфликта, например, если ребенок стал жертвой «троллинга». Психологи должны быть готовы оказать ребенку психологическую помощь и провести консультацию в данной области;

- необходимо перенести нормы и социальные дистанции, существующие в живом общении, в контекст виртуального пространства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Коммуникация – это процесс, с помощью которого осуществляются и развиваются все многообразные человеческие взаимоотношения; символы и знаки, а так же средства для их передачи в пространстве и сохранения во времени. Коммуникация играет важнейшую роль в социальной жизни индивида, давая возможность для обмена информацией социального развития, выполнения социальных ролей и т.д. Коммуникация в обществе неоднородна, а имеет множество разновидностей, одной из ключевых при этом является межличностная коммуникация. Межличностную коммуникацию можно определить как процесс одновременного речевого взаимодействия коммуникантов, предполагающий, в то же время, их воздействие друг на друга. К видам коммуникации относятся: информативная коммуникация, аффективно-оценочная коммуникация, рекреативная коммуникация, убеждающая коммуникация, ритуальная коммуникация.

Структура общения состоит из макроуровня, мезоуровня и микроуровня, каждый из которых имеет значение во всем процессе межличностной коммуникации. Это сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми (межличностное общение) и группами (межгрупповое общение), порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя как минимум три различных процесса: коммуникацию (обмен информацией), интеракцию (обмен действиями) и социальную перцепцию (восприятие и понимание партнера). Специфика общения определяется тем, что в его процессе субъективный мир одного человека раскрывается для другого. В общении человек самоопределяется, обнаруживая свои индивидуальные особенности. По форме взаимодействий можно судить о коммуникативных умениях и чертах характера человека по специфике организации речевого сообщения об общей культуре и грамотности. В межличностных коммуникациях главным

является передача информации от одного лица к другому, в котором особое значение придается процессу кодирования и декодирования сообщения. Чтобы правильно понять друг друга, индивиды должны быть «на одной волне».

Следует отметить, что коммуникация предполагает такую черту как «эффективность», при этом можно выделить условия эффективности обратной связи, к которым, в первую очередь, следует отнести такие параметры как: намерение, конкретность, описательность, полезность, своевременность, готовность, ясность и достоверность. При соблюдении и учете данных параметров процесс коммуникации между индивидами может быть как высокоэффективным, так и совершенно не продуктивным. Во многом удачное сочетание данных параметров зависит от выбора стиля и формы взаимодействия. В рамках привычного нам непосредственного общения, индивиды обладают способностью адаптироваться, подстраиваться под стиль общения других участников процесса, ориентируясь на многочисленные визуальные и аудиальные сигналы, которые индивиды учатся улавливать, воспитываясь в схожих культурных условиях. В условиях современного общества все большее значение приобретает виртуальное общение в интернет-пространстве, которое практически полностью меняет представление о привычных стилях и формах взаимодействия.

Неформальное структурирование Интернет-пользователей по взаимным интересам, социокультурным ориентациям, устремлениям, совместно решаемым задачам и другим, не предписанным актами социального статуса, критериям, несмотря на этнические, социально-политические, гендерные и иные различия, нередко анонимное и асинхронное общение и территориальную удаленность участников, привело к появлению своего рода неофициальной параллельной коммуникационной структуры, невидимой сети межличностных отношений, которая не только выполняет функции совместной информационно-познавательной и

коммуникативной деятельности, но и во многом выступает носителем современных нравственных ценностей.

Главная проблема межличностного общения в виртуальном пространстве состоит в том, что многие люди становятся полностью зависимы от социальной сети, они уже не могут представить свою жизнь без неё. Постоянно взаимодействуя друг с другом посредством онлайн-переписки, они забывают про личное общение, у некоторых пользователей это доходит до фанатизма, они начинают тратить свои деньги на платные ресурсы, причем иногда абсолютно не осознавая этого. Со временем у человека может развиваться патологическая необходимость постоянного пребывания на сайте, от которой он уже не может избавиться самостоятельно. Такая зависимость весьма схожа с наркотической или алкогольной. Острая тяга к пользованию сетевыми ресурсами – это своего рода болезнь, которая может возникать из-за каких-либо личностных или психологических проблем, из-за нереализованных желаний, а также скрытых комплексов и трудностей в общении, ведь в виртуальном мире намного легче выражать себя, создавать идеальный образ, особое значение имеет осознание собственной защищенности и анонимности, чего нет в реальном мире. Происходит полная замена реальных отношений на виртуальные.

В результате проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

- отвечая на первую задачу в ходе исследования, гипотеза подтвердилась в том, что большая часть респондентов проводит в Интернете очень много времени, практически весь день, так как Интернет самый доступный источник запрашиваемой информации.

- самой популярной социальной сетью является сайт Вконтакте и Instagram, так как они очень удобные в использовании, имеют большой выбор игр, музыки и полезных программ. Здесь можно тоже считать гипотезу точной.

- одной из задач исследования было выявить причины, побуждающие посещать социальные сети, сюда респонденты отнесли общение. Гипотезу, наполовину, можно считать верной.

- в ходе исследования подтвердилась еще одна гипотеза. Как выяснилось, для студентов более удобно выходить в Интернет с мобильного телефона. И скорее всего, в большей степени, это связано с тем, что он практически всегда находится под рукой человека.

- следующей задачей исследования было выяснить, как изменилась форма общения в социальных сетях. Результаты оказались противоречивыми установленным гипотезам. Появился дискомфорт в общении из-за чувства неискренности, разного уровня образования, воспитания и неуверенность в себе.

- исследование показало, что люди, общающиеся в социальных сетях используют вербальное направление в общение, они намеренно исключают из своего общения правила этикета, так как при их отсутствии не страдает ценность сообщения т.е гипотезу можно считать неверной.

- так же еще одной из задач исследования, было узнать цели общения в Интернете и по мнению респондентов главной целью является наличие общих интересов у собеседников. Таким образом, гипотезу можно подтвердить.

Нормы и правила виртуального общения должны закладываться наравне с нормами повседневного общения, раз интернет так прочно вошел в нашу жизнь. В результате можно сформулировать следующие проблемные аспекты, которые следует учитывать:

- необходимо объяснить ребенку, что собеседник в интернете, которого он не знает лично, может быть опасен. Необходимо формировать у ребенка критическое мышление, для этого школа должна тесно взаимодействовать с родителями. Следует провести цикл родительских собраний, начиная с начальной школы. Этот цикл предполагает следующие темы, с которым надо

ознакомить родителей. Взрослые должны осознать, что именно на них лежит ответственность за физическое и моральное здоровье ребенка. Среди тем, которые должны быть донесены до родителей: Технические устройства и сервисы, контролирующие поведение ребенка в интернете; Опасные сайты и социальные группы; Признаки зависимости от интернета у ребенка; Вред виртуального общения. К беседам должны привлекаться специалисты технического, психологического и медицинского профилей.

- на классных собраниях рассказывать детям, как их могут вычислить через интернет злоумышленники, какую информацию и данные о себе не следует размещать. Ребенок с младшего возраста должен понимать, что социальные сети несут не только пользу и развлечение, но и могут стать источником проблем;

- следует объяснить ребенку как вести себя в случае виртуального конфликта, например, если ребенок стал жертвой «троллинга». Психологи должны быть готовы оказать ребенку психологическую помощь и провести консультацию в данной области;

- необходимо перенести нормы и социальные дистанции, существующие в живом общении, в контекст виртуального пространства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1.Аброськина, В.Д. «Интернет в России» [Текст] / В.Д. Аброськина // Актуальные вопросы интернета (г. Москва, октябрь 2013 г.). – М.: Буки-Веди, 2013. – С. 106–108.
- 2.Аверин, А.В. Жизнь в эпоху Интернета. Release 2.01[Текст]: автореф. Дис. ... канд. филос. наук/ А.В. Аверин. – Ставрополь: Ставропольский государственный университет, 2007. – 24 с.
- 3.Алексеевко, В.Б. Основы воздействия СМИ[Текст] / В.Б. Алексеевко, Т.Б. Иванова. – М.: РУДН. 2010. – С. 234–239.
- 4.Алехина, О.О. Влиянии интернета на эффективность виртуального общения [Текст] / О. Алехина, Ф. Удалов, И. Кулагова // Проблемы теории и практики интернета. – 2011. – № 1. – С. 60–65.
- 5.Бадя, Т.А. Взаимосвязь интернета и внутренних коммуникаций [Текст] / Т.А. Бадя // Развития общения. – 2011. – № 1. – С. 5–9.
- 6.Баландина, Т. Воздействие СМИ [Текст] / Т.Баландина // Лаборатория маркетинга и PR. – 2010. – № 3. – С. 77.
- 7.Бас, В.Н. Интернет как инструмент формирования системы виртуального общения [Текст] / В.Н. Бас // Гуманитарные науки. – 2009. – № 3. – С. 271–274.
- 8.Благов, Ю.А. Концепция виртуального общения [Текст] / Ю.А. Благов // Российский журнал менеджмента. – 2004. – № 36. – С. 34–35.
- 9.Василенко, С.В. Виртуальная коммуникация в социальной сети: основные понятия и методы [Текст] / С.В. Василенко – М.: Дашков и Ко, 2009. – 120 с.
- 10.Ветчанова, О.В. Общение подростков в социальных интернет сетях как особый вид коммуникации [Текст] / О.В. Ветчанова // Гуманитарные науки. – 2012. – № 11. – С. 32–39.
- 11.Виханский О.С. Интернет: Учебник [Текст] / О.С. Виханский. – М.: Гардарики, 2010. – 296 с.

12. Вязанкина, А.А. Виртуальные социальные сети как пространство для удовлетворения потребности современной молодежи [Текст] / А.А. Вязанкина // Педагогика и психология. – 2012. – № 4. – С. 51–59.
13. Гайдаржи, Е.С. Влияние и эффективность интернета на деятельность труда [Текст]: автореф. дис. ... канд. псих. наук / Е.С. Гайдаржи. – Москва: МГУ, 2007. – 24 с.
14. Гарвард, Б.Р. Социальная культура виртуальных сетей сообществ [Текст] / Б.Р. Гарвард. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 247 с.
15. Главное – в сети интернета. Интервью с П. Иванушко // Социология. – 2002. – № 1. – С. 21–22.
16. Грошев, И.В. Интернет-реклама: кто кого? [Текст] / И.В. Грошев, В.М. Юрьев. – М.: Изд-во Московского психолого-социального института, 2010. – 760 с.
17. Гулимова, А.Н. Поваренная книга медиа-активиста [Текст] / А.Н. Гулимова // Защита информации. Конфидент. – 2010. – № 9 (235). – С. 48–56.
18. Гулимова, А.Г. Культура интернета [Текст] / А.Г. Гулимова // Управление культурой, – 2012. – № 1. – С. 5.
19. Гэлэгер, Р. Воздействие СМИ на формирование массового сознания [Текст] / Р. Гэлэгер. – М.: Добрая книга, 2006. – 352 с.
20. Демин, Д.В. Безопасность общества и человека в современном мире: Статья «Информационное противоборство» [Текст] / Д.В. Демин. – М.: Инфра-М, 2010. – 84 с.
21. Жерихов, Е.С. Компьютерные сети, принципы, технологии, протоколы [Текст]: автореф. дис. ... канд. фил. наук / Е.С. Жерихов. – Иркутск: Иркутский государственный университет, 2011. – 26 с.
22. Журавлев П. В. Мировой опыт в интернете. [Текст] / П.В. Журавлев, М.Н. Кулапов, С.А. Сухарев. – М.: Издательство Российской экономической академии, 1998. – 232 с.

- 23.Замедлина, Е.А. Организационная культура интернета [Текст] / Е.А. Замедлина. – М.: Инфра-М. 2009. – 126 с.
- 24.Занковский, А.Н. Психология интернета [Текст] / А.Н. Занковский. – 2-е изд. – М.: Флинта: МПСИ, 2002. – 648 с.
- 25.Захарова, Т.И. Плюсы и минусы Интернета[Текст] / Т.И. Захарова. – М.: Издательский центр ЕАОИ. 2009. – 79 с.
- 26.Иванова, Т.Б. Методы коммуникации [Текст] / Т.Б. Иванова, Е.А. Журавлева. – М.: РУДН, 2011. – 140 с.
- 27.Камерон, К. Информационное общество сегодня: досуг молодежи [Текст] / К. Камерон, Р. Куинн. – СПб.: Питер, 2001. – 145 с.
- 28.Капитонов, Э.А. Влияние интернета на молодежь [Текст] / Э.А. Капитонов. – М.: Издательство Альфа-Пресс, 2013. – 89 с.
- 29.Карасева, К.С. Передача эмоций с помощью мобильного телефона [Текст] / К.С. Карасева, А.В. Петров // TerraHumana. – 2012. – № 4. – С. 80–89.
- 30.Карпович, Ю.В. Социально-психологические аспекты общения в интернете [Текст] / Ю.В. Карпович, В.В. Лепихин // Вестник ПНИПУ. – 2013. – № 18. – С. 76–84.
- 31.Клименко, А.А. Виртуализация общества [Текст] / А. А. Клименко // Молодой ученый. – 2010. – № 11. – Т.2. – С. 173–179.
- 32.Козлов, В.В. Теория сетей массового обслуживания [Текст] / В.В, Козлов, А.А. Козлова. – Интернет. – 2000. – № 11. – С. 35–38.
- 33.Козлов, В.В. Становление общества сетевых структур [Текст] / В.В. Козлов. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2009. – 310 с.
- 34.Крымчанинов, М.В. Медиасреда и медиапотребление в современном российском обществе [Текст] / М.В. Крымчанинов // Управление персоналом. – 2011. – № 19 (105). – С. 54–57.
- 35.Лапина, Т.А. Воздействие СМИ [Текст] / Т.А. Лапина. – Омск: Издательство ОмГУ, 2012. – 95 с.

36. Львов, Д.В. Сетевое интернет сообщество как объект социологического анализа [Текст]: автореф. дис. ... канд. филос. наук / Д. В. Львов. – Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2012. – 22 с.
37. Майстер, Д. Виртуализация общества и интернет как средство производства сетевых коммуникаций [Текст] / Д. Майстер. – М.: Альпина Паблишер, 2005. – 143 с.
38. Макаренченко, М.А. Сетевые сообщества [Текст] / М.А. Макаренченко // Вестник СамГУ. – 2011. – №3 (33). – С. 70–80.
39. Мансуров, Р. Особенности интернет-коммуникаций [Текст] / Р. Мансуров // PR в России. – 2011. – № 3. – С. 15–17.
40. Марченко, М.А. Медиа коммуникации [Электронный ресурс] / М.А. Марченко, О.А. Никитина // Культура и образование. – Режим доступа: <http://vestnik-rzi.ru/2014/02/1360>
41. Мешков, А.Ю. Структура интернета [Текст] / А.Ю. Мешков // Вестник ЮУрГУ. – 2012. – № 10. – С. 148–150.
42. Михайлина, С.А. Мониторинг социальных сетей [Текст]: автореф. дис. ... канд. филол. наук / С.А. Михайлина. – Москва, 2013. – 27 с.
43. Морозова, А.В. Социальные сети как феномен современности [Текст] / Е.А. Морозова, А.В. Сухачева // Фундаментальные исследования. – 2013. – № 8 (ч.6). – С. 1450–1454.
44. Никитова, С.Г. Информационные технологии и гуманитарная культура [Текст] / С.Г. Никитова. – М.: МИЭМП, 2009. – 29 с.
45. Оливер, Д. Личностные коммуникации – пользуйтесь ими правильно! [Текст] / Д. Оливер // Справочник по методам общения. – 2009. – № 5. – С. 122–124.
46. Перельгина, Е.Б. Психология имиджа [Текст] / Е.Б. Перельгина. – М.: Альфа-Пресс, 2012. – 238 с.
47. Персикова, Т. Интернет культура [Текст] / Т. Персикова. – М.: ЛОГОС, 2012. – 288 с.

48. Причина О.С. Блоги. Новая сфера влияния [Текст]: автореф. дис. ... канд. экон. наук / О.С. Причина. – Ставрополь, 2002. – 39 с.
49. Полухина, А.Н. Информационные технологии и гуманитарная культура [Текст] / А.Н. Полухина // Наука в условиях современности: сб. статей студентов, аспирантов, докторантов и профессорско-преподавательского состава по итогам научно-технической конференции МарГТУ в 2006 г. – Йошкар-Ола: МарГТУ, 2006. – С. 188–191.
50. Прохоров, А.В. Система контроля в интернет-сообществах [Текст] / А.В. Прохоров // Вестник Тамбовского университета. – 2010. – Вып. 4 (84). – С. 190–194.
51. Прохоров, А.В. Закрытое интернет-сообщество как форма коммуникации в виртуальном пространстве [Текст] / А.В. Прохоров // Известия высших учебных заведений. – 2011. – № 4. – С. 50–53.
52. Резник, Ю.М. Система контроля в интернет-сообществах [Текст] / Ю.М. Резник // Управление персоналом. – 2014. – № 8. – С. 64.
53. Романова, Ю. Россияне «в Сети»: рейтинг популярности социальных медиа: пресс-вып [Текст] / Ю. Романова // Вестник. – 2000. – №11 (53). – С. 25–27.
54. Сайченко, О.А. Карьерная самопрезентация в интернет-сообществе посредством аккаунта в социальных сетях [Текст]: автореф. дис. ... канд. экон. наук / О.А. Сайченко. – СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов, 2009. – 24 с.
55. Сергеева, А.В. Русские. Стереотипы поведения, традиции, ментальность [Текст] / А.В. Сергеева. – М.: Флинта, 2012. – 328 с.
56. Смирнова, В. Интернет как социальный феномен [Текст] / В. Смирнова, Ю. Воскресенская // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – № 12. – С. 102–107.
57. Соломанидина, Т.О. Виртуальная личность и свобода [Текст] / Т.О. Соломанидина, В. Кишеня // Вестник. – 2005. – № 4. – С. 55–57.

- 58.Соломандина, Т.О. Специфика общения в Сети[Текст] / Т.О. Соломандина. – М.: Инфра-М, 2009. – 243 с.
- 59.Томилов В.В. Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации [Текст] / В.В, Томилов // Проблемы теории и практики управления. – 2013. – № 2. – С. 53.
- 60.Томсон, К.М. Влияние современных СМИ на молодежь [Текст] / К.М. Томсон. – Спб.: Баланс букс, 2005. – 272 с.
- 61.Третьякова, Е.П. Теоретические основы визуальной коммуникации [Текст] / Е.П. Третьякова, Л.З. Хафизова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2010. – № 2. – С. 92–101.
- 62.Устюжанина Е. Современные тенденции развития средств массовой коммуникации [Текст] / Е. Устюжанина // Вестник. – 2004. – № 1.– С. 35–41.
- 63.Фролов, С.С. Межличностная коммуникация [Текст] / С.С. Фролов. – М.: Гардарики, 2011. – 273 с.
- 64.Хачатурова, Т.В. Аспекты коммуникации [Текст] / Т.В. Хачатурова // Вестник Адыгейского государственного университета. – 2009. – № 3. – С. 24–26.
- 65.Чернякова, С. Надежный помощник в общении [Текст] / С. Чернякова // Ресторановедъ. – 2011. – № 5. – С. 67–69.
- 66.Чечина, О.С. Корпоративная культура: практикум [Текст] / О.С. Чечина. – Самара: Самарский государственный технический университет, 2009. – 51 с.
- 67.Шалимова, Л.А. Интернет коммуникации [Текст] / Л.А. Шалимова. – М.: У Никитских ворот, 2010. – 60 с.
- 68.Шоул, Дж. Психологические аспекты общения в социальных сетях виртуальной реальности [Текст] / Дж. Шоул // Управление человеческим потенциалом. – 2011.– № 2. – С. 51.
- 69.Шумейко, М.В. Типологии общения [Текст] / М.В. Шумейко // Общество, политика, право. – 2012. – № 1. – С.124–125.

70. Ястребова, Е.М. Виртуальная личность и свобода [Текст] / Е.М. Ястребова. – М.: Литера, 2009. – 189 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Анкета

Здравствуйте!

Студенты кафедры ССТ факультета управления и социальных коммуникаций проводит исследование на тему «Особенности использования социальных сетей студентами ТвГТУ». Опрос анонимный, все данные будут использованы в обобщенном виде. Заранее спасибо.

1. Как Вы обычно проводите свое свободное время?

- 1) Занимаюсь спортом
- 2) Захожу в Интернет
- 3) Читаю
- 4) Общаюсь с друзьями
- 5) Играю в компьютерные или он-лайн игры
- 6) Иное _____

2. Какую роль в Вашей жизни играет Интернет?

- 1) Важную
- 2) Второстепенную
- 3) Небольшую
- 4) Не играет ни какой роли

3. Сколько времени Вы проводите в сети?

- 1) Очень много, почти весь день
- 2) 5-6 часов обычно, если нет других дел.
- 3) От получаса до 3-х, 4-х часов
- 4) Иное _____

4. Часто ли Вы предпочитаете провести время в Интернете вместо того, чтобы выбраться куда-то с друзьями или близкими?

- 1) Часто
- 2) Иногда
- 3) Редко
- 3) Никогда

5. Замечали ли Вы, что общение «вживую» стало для Вас затруднительнее?

- 1) Да
- 2) Нет

6. Чем вы чаще всего пользуетесь для выхода в интернет?

- 1) Компьютер
- 2) Ноутбук
- 3) Планшет
- 4) Мобильный телефон
- 5) Смартфон

7. Какими социальными сетями Вы наиболее активно пользуетесь в настоящий момент?

- 1) В Контакте
- 2) Одноклассники
- 3) Facebook
- 4) Instagram
- 5) Twitter

8. Причины выбора Вами данных соц. сетей?

- 1) Удовлетворяют мое любопытство
- 2) Позволяют себя почувствовать более значимым
- 3) Легко связываться и знакомиться с людьми
- 4) Сохранять свои воспоминания и контакты
- 5) Удобно использовать приложения

9. Какова основная цель, с которой Вы пользуетесь соц.сетями?

- 1) Общение
- 2) Новые знакомства
- 3) Обмен информацией
- 4) Развлечения
- 5) Другое

10. Какими функциями и приложениями вы чаще пользуетесь в данных сетях

- 1) Сообщение
- 2) Новости
- 3) Просмотр фото и видео
- 4) Прослушивание аудиозаписей
- 5) Основные настройки

11. Ощущаете ли Вы, что в последнее время общаться с людьми в социальных сетях Вам легче, нежели в реальной жизни?

- 1) Да
- 2) Нет
- 3) Скорее да
- 4) Скорее нет

12. Что привлекает вас в общении в социальных сетях?

- 1) Доступность
- 2) Быстрота контактов
- 3) Многообразие контактов
- 4) Анонимность
- 5) Другое _____

13. При каком общении Вы испытываете большее удовлетворение?

- 1) При живом, личном общении, когда я вижу и слышу собеседника
- 2) При дистанционном общении, когда я слышу собеседника, но не вижу
- 3) При виртуальном общении, когда я пишу сообщения, но не вижу собеседника

14. Какие преимущества, на Ваш взгляд, имеет виртуальное общение?

- 1) Шанс разыскать единомышленников

- 2) Комфортность
- 3) Общение без комплексов
- 4) Отсутствие временных ограничений
- 5) Возможность в любой момент поставить точку в диалоге

15. Какие недостатки, на Ваш взгляд, имеет виртуальное общение?

- 1) Формирование неадекватной самооценки
- 2) Анонимность
- 3) Утрата коммуникативных навыков
- 4) Потеря времени
- 5) Вред здоровью
- 6) Развитие зависимости

16. На Ваш взгляд, могут ли в социальных сетях сложиться близкие, доверительные отношения с собеседником, с которым Вы не знакомы лично?

- 1) Да
- 2) Скорее да
- 3) Нет
- 4) Скорее нет

17. Состоите ли Вы со своими виртуальными собеседниками в близких, доверительных, дружеских отношениях?

- 1) Да
- 2) Нет
- 3) Скорее да
- 4) Скорее нет

18. Сколько людей из списка своих друзей в социальных сетях Вы знаете лично?

- 1) Всех
- 2) Многих
- 3) Не многих
- 4) Не знаю ни кого

19. Со всеми ли знакомыми Вы поддерживаете контакт через социальные сети?

- 1) Да
- 2) Нет

20. По каким причинам Вы прибегаете к общению в социальных сетях со своими знакомыми, друзьями, родственниками?

- 1) Из-за нехватки времени
- 2) Из-за отдаленного расстояния
- 3) Это дешевле
- 4) Экономит время
- 5) Так делают все
- 6) Есть возможность не только общаться, но и видеть фотографии

21. Комфортно ли Вы чувствуете себя, когда приходится общаться с большим количеством людей «вживую»?

- 1)Да
- 2)Нет

22.Комфортно ли вы чувствуете себя при виртуальном общении с большим количеством людей?

- 1)Да
- 2)Нет

23.Что вызывает у Вас наибольший дискомфорт в общении через социальные сети?

- 1)Чувство неискренности
- 2)Разный уровень образования, воспитания
- 3)Неуверенность в себе
- 4)Возможная анонимность собеседника

24.В каких сферах деятельности Вы чаще всего прибегаете к социальным сетям и общению через них?

- 1)Образовательной
- 2)Коммуникабельной
- 3)Развлекательной
- 4)Другое _____

25.На Ваш взгляд существуют ли темы, которые не следует обсуждать в формате виртуального общения?

- 1)Да
- 2)Скорее да
- 3)Нет
- 4)Скорее нет

26.Возникали ли у Вас конфликты при общении в социальных сетях?

- 1)Да
- 2)Нет

27.По каким причинам возникали конфликты?

- 1)Различия в системе ценностей, манере поведения
- 2)Неспособность понять другого человека
- 3)Неумение общаться, отсутствие навыков общения
- 4)Нарушение коммуникаций
- 5)Психологическая несовместимость

28.В какой степени для Вас характерны следующие особенности

	Часто	Редко	Иногда	Никогда
Пишу кратко, плохо воспринимаю длинный текст	1	2	3	4
Часто пишу «привет» или сокращение в рабочей переписке	1	2	3	4
Использую смайлики, даже если пишу текст	1	2	3	4
Вообще не пользуюсь смайликами при переписке	1	2	3	4
Использую своеобразный жаргон при переписке с друзьями	1	2	3	4
Избегаю слов, написанных полностью с заглавных букв, это подсознательно воспринимается как повышение тона голоса	1	2	3	4

29.Ваш курс: _____

30.Ваш пол

- 1)Женский
- 2)Мужской

31. Материальное положение Вашей семьи (Ваше собственное) Вы оцениваете как:

- 1)Высокое, можете позволить себе все
- 2)Достаточно обеспеченное
- 3)Денег хватает только на самое необходимое
- 4)Денег абсолютно не хватает, приходится занимать в долг

Спасибо за участие в опросе!!!

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблицы линейного распределения

Таблица Б.1 – Занятие в свободное время

Вопрос 1: Как Вы обычно проводите свое свободное время?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Занимаюсь спортом	17	17
Захожу в Интернет	39	39
Читаю	8	8
Общаюсь с друзьями	26	26
Играю в компьютерные или он-лайн игры	10	10
Иное	0	0
Всего	100	100

Таблица Б.2 – Роль Интернета в жизни человека

Вопрос 2: Какую роль в Вашей жизни играет Интернет?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Важную	27	27
Второстепенную	48	48
Небольшую	22	22
Не играет ни какой роли	3	3
Всего	100	100

Таблица Б.3 – Количество времени в сети

Вопрос 3: Сколько времени Вы проводите в сети?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Очень много, почти весь день	26	26
5-6 часов обычно, если нет других дел	40	40
От получаса до 3-х,4-х часов	34	34
Иное	0	0
Всего	100	100

Таблица Б.4 – Частота предпочтения провести время в Интернете вместо того, чтобы выбраться куда-то с друзьями или близкими

Вопрос 4: Часто ли Вы предпочитаете провести время в Интернете вместо того, чтобы выбраться куда-то с друзьями или близкими?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Часто	31	31
Иногда	70	70
Редко	30	30
Никогда	1	1
Всего	100	100

Таблица Б.5 – Затруднительно ли общение «вживую»

Вопрос 5: Замечали ли Вы, что общение «вживую» стало для Вас затруднительнее?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Да	30	30
Нет	70	70
Всего	100	100

Таблица Б.6 – Средство выхода в Интернет

Вопрос 6: Чем вы чаще всего пользуетесь для выхода в интернет?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Компьютер	12	12
Ноутбук	21	21
Планшет	19	19
Мобильный телефон	39	39
Смартфон	9	9
Всего	100	100

Таблица Б.7 – Самые активные социальные сети

Вопрос 7: Какими социальными сетями Вы наиболее активно пользуетесь в настоящий момент?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
ВКонтакте	87	47,5
Одноклассники	24	13,3
Facebook	17	9,3
Instagram	45	24,5
Twitter	10	5,4
Всего	183	100

Таблица Б.8 – Причина выбора социальных сетей

Вопрос 8: Причины выбора Вами данных соц. сетей?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Удовлетворяют мое любопытство	47	26,1
Позволяют себя почувствовать более значимым	41	22,8
Легко связываться и знакомиться с людьми	38	21,1
Сохранять свои воспоминания и контакты	41	22,8
Удобно использовать приложения	13	7,2
Всего	180	100

Таблица Б.9 – Цель пользования социальными сетями

Вопрос 9: Какова основная цель, с которой Вы пользуетесь соц.сетями?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Общение	36	36
Новые знакомства	19	19
Обмен информацией	34	34
Развлечения	11	11
Другое	0	0
Всего	100	100

Таблица Б.10 – Функции и приложения социальных сетей

Вопрос 10: Какими функциями и приложениями вы чаще пользуетесь в данных сетях?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Сообщение	52	29,6
Новости	46	26,1
Просмотр фото и видео	34	19,3
Прослушивание аудиозаписей	38	21,6
Основные настройки	6	3,4
Всего	176	100

Таблица Б.11 – Общение в соц. сетях легче, чем в реальной жизни

Вопрос 11: Ощущаете ли Вы, что в последнее время общаться с людьми в социальных сетях Вам легче, нежели в реальной жизни?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Да	32	32
Нет	48	48
Скорее да	20	20
Скорее нет	0	0
Всего	100	100

Таблица Б.12 – Привлекательность в общении в социальных сетях

Вопрос 12: Что привлекает вас в общении в социальных сетях?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Доступность	26	22,9
Быстрота контактов	43	37,8
Многообразиие контактов	31	27,1
Анонимность	14	12,2
Другое	0	0
Всего	114	100

Таблица Б.13 – Удовлетворение в общении

Вопрос 13: При каком общении Вы испытываете большее удовлетворение?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
При живом, личном общении, когда я вижу и слышу собеседника	26	26
При дистанционном общении, когда я слышу собеседника, но не вижу	48	48
При виртуальном общении, когда я пишу сообщения, но не вижу собеседника	26	26
Всего	100	100

Таблица Б.14 – Преимущества виртуального общения

Вопрос 14: Какие преимущества, на Ваш взгляд, имеет виртуальное общение?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Шанс разыскать единомышленников	35	17,9
Комфортность	47	23,9
Общение без комплексов	52	26,6
Отсутствие временных ограничений	45	22,9
Возможность в любой момент поставить точку в диалоге	17	8,7
Всего	196	100

Таблица Б.15 – Доверительные отношения с незнакомым собеседником в соц. сетях

Вопрос 15: На Ваш взгляд, могут ли в социальных сетях сложиться близкие, доверительные отношения с собеседником, с которым Вы не знакомы лично?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Да	25	25
Скорее да	27	27
Нет	37	37
Скорее нет	11	11
Всего	100	100

Таблица Б.16 – Недостатки виртуального общения

Вопрос 16: Какие недостатки, на Ваш взгляд, имеет виртуальное общение?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Формирование неадекватной самооценки	31	15,9
Анонимность	46	23,5
Утрата коммуникационных навыков	38	19,5
Потеря времени	43	22,2
Вред здоровью	18	9,2
Развитие зависимости	19	9,7
Всего	195	100

Таблица Б.17 – Доверительные отношения с виртуальным собеседником

Вопрос 17: Состоите ли Вы со своими виртуальными собеседниками в близких, доверительных, дружеских отношениях?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Да	3	3
Нет	12	12
Скорее да	56	56
Скорее нет	29	29
Всего	100	100

Таблица Б.18 – Личное знакомство с друзьями из соц. сетей

Вопрос 18: Сколько людей из списка своих друзей в социальных сетях Вы знаете лично?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Всех	3	3
Многих	58	58
Не многих	34	34
Не знаю ни кого	5	5
Всего	100	100

Таблица Б.19 – Поддержание контакта со знакомыми через соц. сети

Вопрос 19: Со всеми ли знакомыми Вы поддерживаете контакт через социальные сети?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Да	44	44
Нет	56	56
Всего	100	100

Таблица Б.20 – Причины обращения к социальным сетям

Вопрос 20: По каким причинам Вы прибегаете к общению в социальных сетях со своими знакомыми, друзьями, родственниками?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Из-за нехватки времени	40	19,6
Из-за отдаленного расстояния	56	27,3
Это дешевле	53	25,9
Экономит время	29	14,1
Так делают все	16	7,8
Есть возможность не только общаться, но и видеть фотографии	11	5,3
Всего	205	100

Таблица Б.21 – Комфортность общения в живую с большим количеством людей

Вопрос 21: Комфортно ли Вы чувствуете себя, когда приходится общаться с большим количеством людей «вживую»	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Да	59	59
Нет	41	41
Всего	100	100

Таблица Б.22 – Комфортность виртуального общения с большим количеством

Вопрос 22: Комфортно ли вы чувствуете себя при виртуальном общении с большим количеством людей?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Да	49	49
Нет	51	51
Всего	100	100

Таблица Б.23 – Наибольший дискомфорт в общении

Вопрос 23: Что вызывает у Вас наибольший дискомфорт в общении через социальные сети?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Чувство неискренности	16	16
Разный уровень образования, воспитания	53	53
Неуверенность в себе	22	22
Возможная анонимность собеседника	9	9
Всего	100	100

Таблица Б.24 – Сфера деятельности обращения к социальным сетям

Вопрос 24: В каких сферах деятельности Вы чаще всего прибегаете к социальным сетям и общению через них?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Образовательной	28	22,9
Коммуникабельной	52	42,7
Развлекательной	42	34,4
Другое	0	0
Всего	122	100

Таблица Б.25 – Темы в виртуальном общении

Вопрос 25: На Ваш взгляд существуют ли темы, которые не следует обсуждать в формате виртуального общения?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Да	26	26
Скорее да	25	25
Нет	23	23
Скорее нет	26	26
Всего	100	100

Таблица Б.26 – Конфликты в соц. сетях

Вопрос 26: Возникали ли у Вас конфликты при общении в социальных сетях?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Да	69	69
Нет	31	31
Всего	100	100

Таблица Б.27 – Причины конфликтов

Вопрос 27: По каким причинам возникали конфликты?	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Различия в системе ценностей, манере поведения	14	16,9
Неспособность понять другого человека	22	26,5
Неумение общаться, отсутствие навыков общения	22	26,5
Нарушение коммуникаций	18	21,6
Психологическая несовместимость	7	8,5
Всего	83	100

Таблица Б.28 – Характерность особенностей

Вопрос 28: В какой степени для Вас характерны следующие особенности	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Пишу кратко, плохо воспринимаю длинный текст	90	22,5
Часто пишу «привет» или сокращение в рабочей переписке	77	19,25
Использую смайлики, даже если пишу текст	97	24,25
Вообще не пользуюсь смайликами при переписке	45	11,25
Использую своеобразный жаргон при переписке с друзьями	44	11
Избегаю слов, написанных полностью с заглавных букв, это подсознательно воспринимается как повышение тона голоса	47	11,75
Всего	400	100

Таблица Б.29 – Курс

Вопрос 29: Ваш курс	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
1	21	21
2	29	29
3	35	35
4	15	15
Всего	100	100

Таблица Б.30 – Пол

Вопрос 30: Ваш пол	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Женский	52	52
Мужской	48	48
Всего	100	100

Таблица Б.31 – Материальное положение

Вопрос 31: Материальное положение Вашей семьи (Ваше собственное) Вы оцениваете как:	Абсолютная величина	Относительная величина (%)
Варианты ответов		
Высокое, можете позволить себе все	14	14
Достаточно обеспеченное	53	53
Денег хватает только на самое необходимое	27	27
Денег абсолютно не хватает, приходится занимать в долг	6	6
Всего	100	100

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Двумерные распределения ответов респондентов по полу

Таблица В.1 – Занятие в свободное время

Вопрос 1: Как Вы обычно проводите свое свободное время?	Мужчины (%)	Женщины (%)
Варианты ответов		
Занимаюсь спортом	25,8	4,9
Захожу в Интернет	29,6	44,3
Читаю	4,9	8,1
Общаюсь с друзьями	19,7	32,9
Играю в компьютерные или он-лайн игры	20	9,8
Иное	0	0
Всего	21	79

Таблица В.2 – Количество времени в сети

Вопрос 2: Сколько времени Вы проводите в сети?	Мужчины (%)	Женщины (%)
Варианты ответов		
Очень много, почти весь день	30,5	26
5-6 часов обычно, если нет других дел	32,5	39,4
От получаса до 3-х,4-х часов	37	34,6
Иное	0	0
Всего	34	66

Таблица В.3 – Наибольший дискомфорт в общении

Вопрос 3: Что вызывает у Вас наибольший дискомфорт в общении через социальные сети?	Мужчины (%)	Женщины (%)
Варианты ответов		
Чувство неискренности	13,2	9,3
Разный уровень образования, воспитания	43,2	48,9
Неуверенность в себе	23,2	14,5
Возможная анонимность собеседника	17,3	25,7
Всего	26	74

Таблица В.4 – Средство выхода в Интернет

Вопрос 4: Чем вы чаще всего пользуетесь для выхода в интернет?	Мужчины (%)	Женщины (%)
Варианты ответов		
Компьютер	9,9	7
Ноутбук	20	18,6
Планшет	17,8	19
Мобильный телефон	38,9	39,9
Смартфон	7,8	9,9
Всего	29	71

Таблица В.5 – Самые активные социальные сети

Вопрос 5: Какими социальными сетями Вы наиболее активно пользуетесь в настоящий момент?	Мужчины (%)	Женщины (%)
Варианты ответов		
ВКонтакте	40,9	43,5
Одноклассники	13,6	27,2
Facebook	13,6	11,1
Instagram	22,7	27,2
Twitter	4,5	3,7
Всего	21,4	78,6

Таблица В.6 – Причины выбора соц. сетей

Вопрос 6: Причины выбора Вами данных соц. сетей?	Мужчины (%)	Женщины (%)
Варианты ответов		
Удовлетворяют мое любопытство	25,5	31,2
Позволяют себя почувствовать более значимым	34,3	39,1
Легко связываться и знакомиться с людьми	31,6	4,5
Сохранять свои воспоминания и контакты	5,5	12,9
Удобно использовать приложения	3,2	7,8
Всего	36	64

Таблица В.7 – Цель пользования социальными сетями

Вопрос 7: Какова основная цель, с которой Вы пользуетесь соц.сетями?	Мужчины (%)	Женщины (%)
Варианты ответов		
Общение	29,8	25
Новые знакомства	19,9	28
Обмен информацией	17,3	32
Развлечения	32,9	15
Другое	0	0
Всего	25	75

Таблица В.8 – Привлекательность в общении через соц. сети

Вопрос 8: Что привлекает вас в общении в социальных сетях?	Мужчины (%)	Женщины (%)
Варианты ответов		
Доступность	18,9	26,4
Быстрота контактов	41,4	36,1
Многообразие контактов	22,3	20,6
Анонимность	12,4	9,8
Другое	0	0
Всего	36	64

Таблица В.9 – Преимущества виртуального общения

Вопрос 9: Какие преимущества, на Ваш взгляд, имеет виртуальное общение?	Мужчины (%)	Женщины (%)
Варианты ответов		
Шанс разыскать единомышленников	29,2	27,4
Комфортность	25,5	17
Общение без комплексов	26,4	29
Отсутствие временных ограничений	20,4	15,9
Возможность в любой момент поставить точку в диалоге	4,5	9,3
Всего	28	72

Таблица В.10 – Недостатки виртуального общения

Вопрос 10: Какие недостатки, на Ваш взгляд, имеет виртуальное общение?	Мужчины (%)	Женщины (%)
Варианты ответов		
Формирование неадекватной самооценки	25,1	19,3
Анонимность	18	12,2
Утрата коммуникационных навыков	19,4	18,3
Потеря времени	22,3	26,4
Вред здоровью	12,2	15,2
Развитие зависимости	5,2	8,3
Всего	42	58

Таблица В.11 – Причины обращения к социальным сетям

Вопрос 11: По каким причинам Вы прибегаете к общению в социальных сетях со своими знакомыми, друзьями, родственниками?	Мужчины (%)	Женщины (%)
Варианты ответов		
Из-за нехватки времени	16,3	14,2
Из-за отдаленного расстояния	26,2	27,9
Это дешевле	32,3	28,5
Экономит время	19,2	23,4
Так делают все	8,9	13,2
Есть возможность не только общаться, но и видеть фотографии	4,5	7,5
Всего	37	63

Таблица В.12 – Наиболее активные социальные сети

Вопрос 12: Какими социальными сетями Вы наиболее активно пользуетесь в настоящий момент?	Мужчины (%)	Женщины (%)
Варианты ответов		
ВКонтакте	40,9	43,5
Одноклассники	13,6	27,2
Facebook	13,6	11,1
Instagram	22,7	27,2
Twitter	4,5	3,7
Всего	21,4	78,6

Таблица В.13 – Причины возникновения конфликтов

Вопрос 13: По каким причинам возникали конфликты?	Мужчины (%)	Женщины (%)
Варианты ответов		
Различия в системе ценностей, манере поведения	19,3	26,3
Неспособность понять другого человека	18,7	13,3
Неумение общаться, отсутствие навыков общения	24,3	27
Нарушение коммуникаций	19,7	19
Психологическая несовместимость	17,5	12
Всего	35	65

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Графическое представление результатов исследования

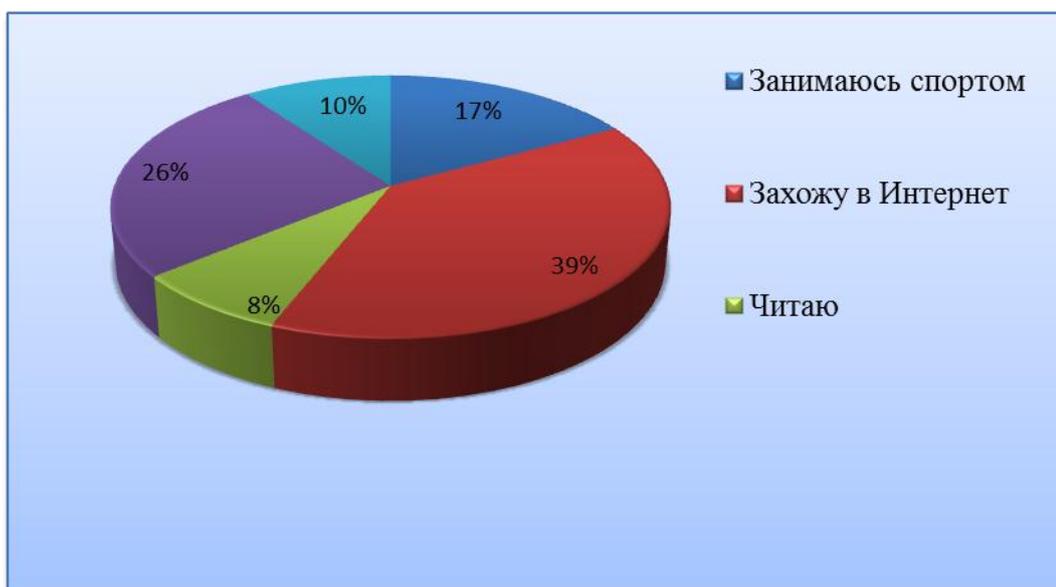


Рисунок Г.1 – Занятие в свободное время

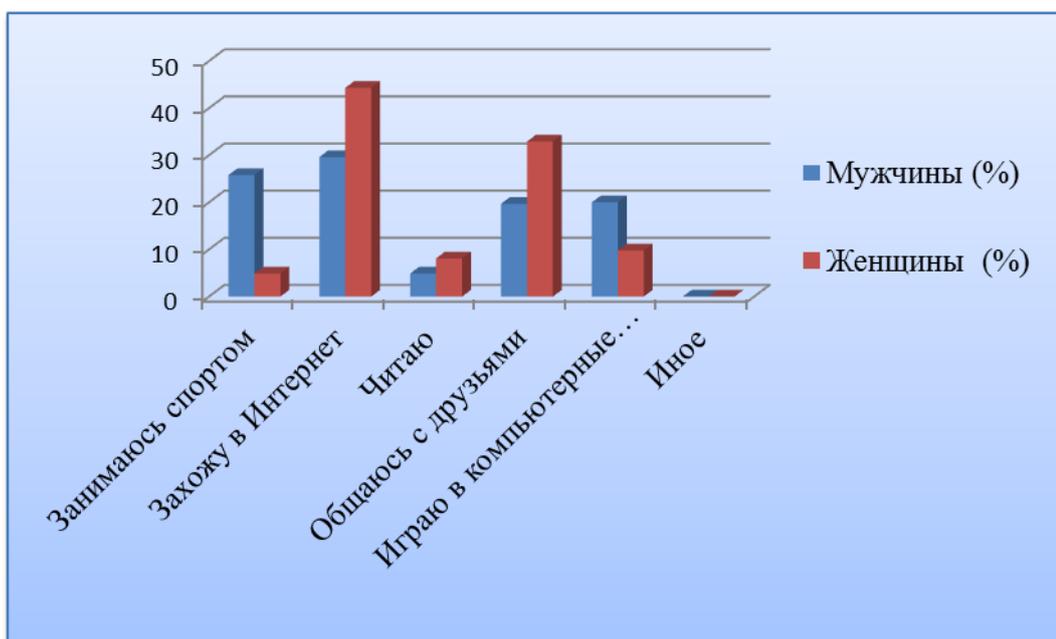


Рисунок Г.2 – Занятие в свободное время в зависимости от пола



Рисунок Г.3 – Времяпровождение в сети Интернет

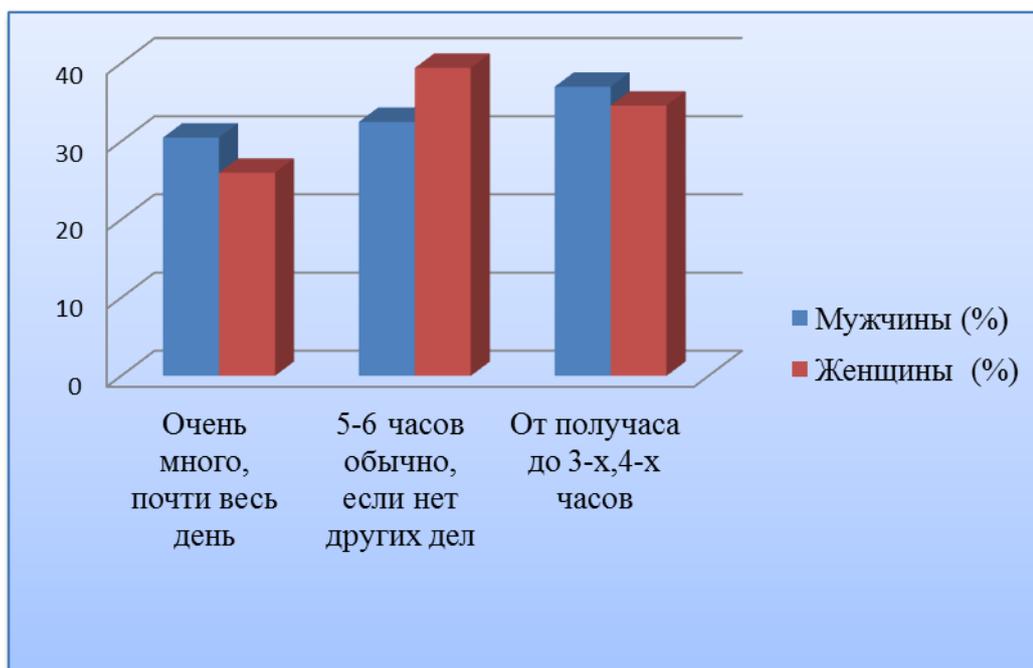


Рисунок Г.4 – Времяпровождение в сети Интернет в зависимости от пола

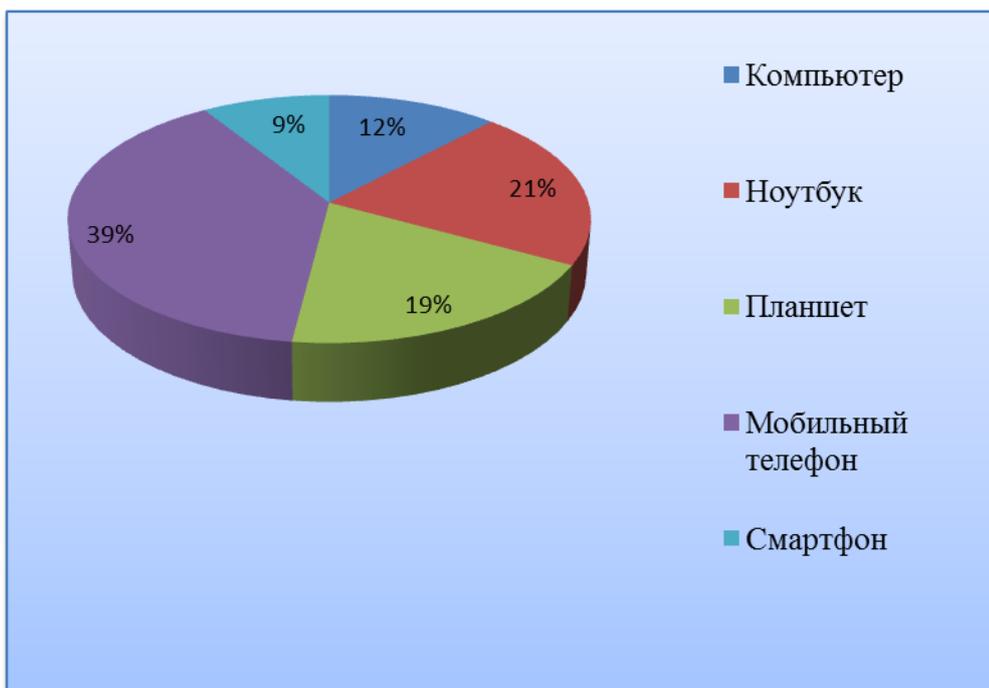


Рисунок Г.5 – Средства выхода в Интернет

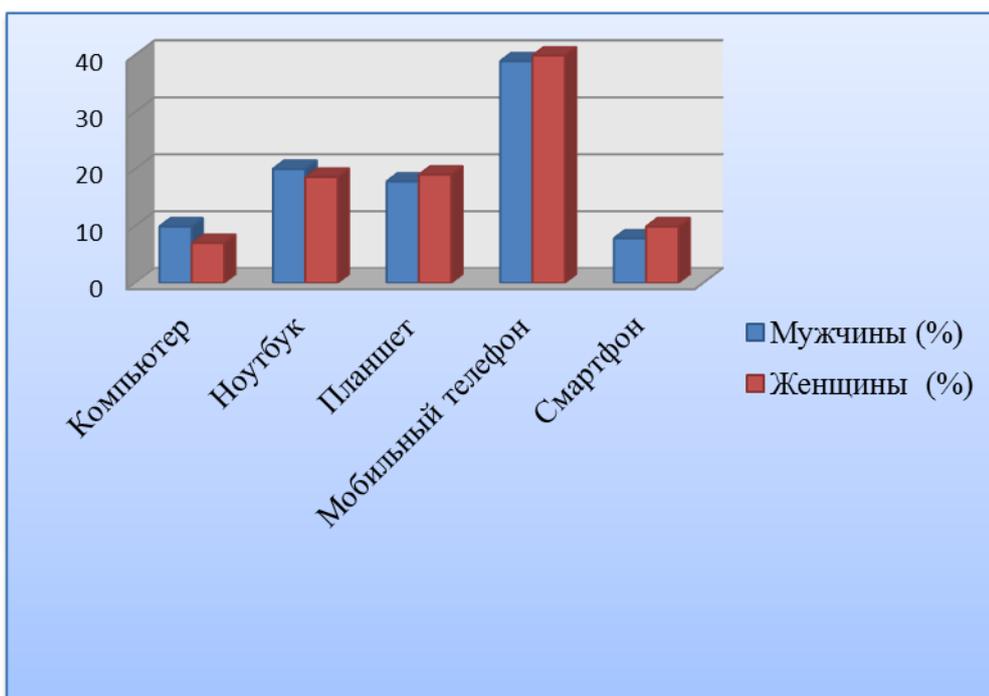


Рисунок Г.6 – Средства выхода в Интернет в зависимости от пола

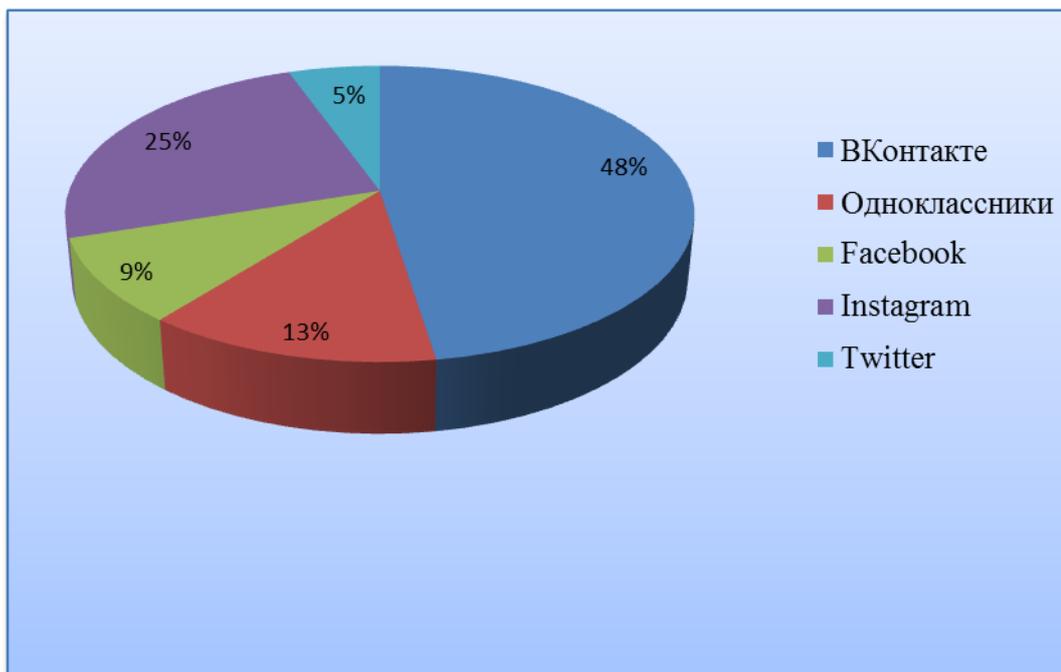


Рисунок Г.7 – Наиболее активные социальные сети

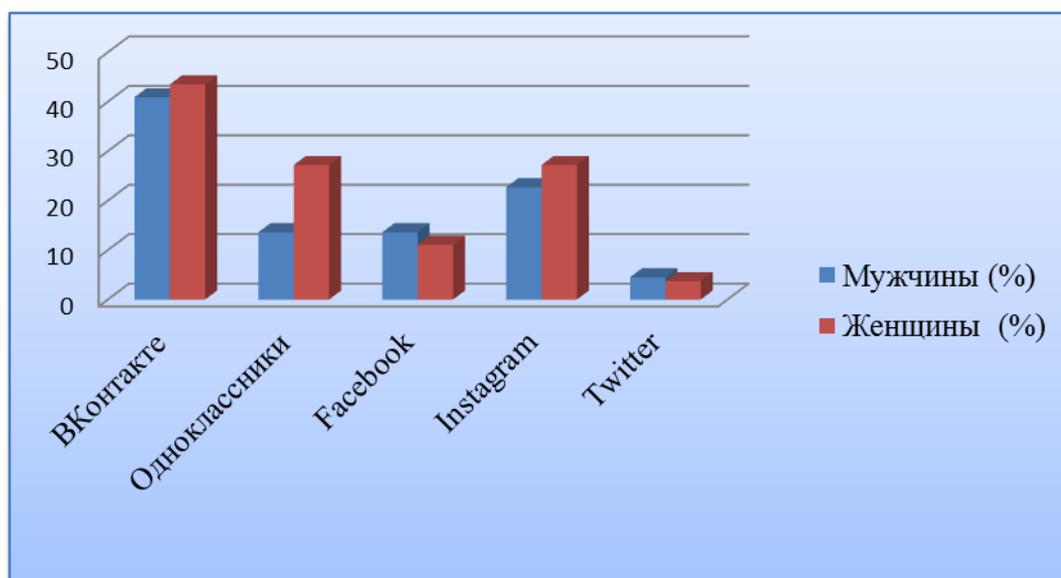


Рисунок Г.8 – Наиболее активные социальные сети в зависимости от пола